

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT UNR

«Finca Trail im Umland von Sucre, Bolivien»
Ausarbeitung eines neuen Tourismusangebots



Bachelorarbeit

von

Gregor Müller

Bachelorstudiengang 2014

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

Abgabedatum: 26. Oktober 2017

Korrektoren:

Dr. Birgit Reutz & Simone Gruber

ZHAW Institut Umwelt & Natürliche Ressourcen

8820 Wädenswil

Marco Birchler

Casa de Turismo

Calle Audiencia °81, Sucre

BOL - Bolivien

Impressum

Verfasser

Gregor Müller
Aegeristrasse 120
6300 Zug
CH – Schweiz
muellgr@students.zhaw.ch

Hauptkorrektorin

Dr. Birgit Reutz
ZHAW Institut Umwelt & Natürliche Ressourcen
8820 Wädenswil
CH – Schweiz

2. Korrektorin

Simone Gruber
ZHAW Institut Umwelt & Natürliche Ressourcen
8820 Wädenswil
CH – Schweiz

3. Korrektor

Marco Birchler
Casa de Turismo
Calle Audiencia °81, Sucre
BOL - Bolivien

Zitierweise

Müller G. (2017). «*Finca Trail im Umland von Sucre, Bolivien*» - *Ausarbeitung eines neuen Tourismusangebots. Bachelorarbeit. ZHAW IUNR. Wädenswil, Schweiz.*

Schlagworte

Finca Trail, mehrtägige Routen, Tourismusangebot in Sucre, Nachhaltigkeitsbeurteilung, natur- und kulturnaher Tourismus

Titelbild

Refugio Andino Bramadero. Erhalten durch Marco Birchler (Eigenaufnahme) am 13. Juli 2017.

Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Erarbeitung und Anwendung einer Nachhaltigkeitscheckliste sowie dem Konstruieren eines neuen touristischen Angebots im Umland von Sucre, Bolivien. Das Ziel war es, bestehende Übernachtungsmöglichkeiten zu analysieren und in Form mehrtägiger Routen zu verknüpfen. Die erarbeitete Nachhaltigkeitscheckliste wurde als Teil der Ist-Analyse verwendet und sollte die Anstrengungen der Fincas in Richtung nachhaltigen Tourismus aufzeigen. Diese Arbeit wurde aufgegriffen, da die Forschungsgruppe «Tourismus und nachhaltige Entwicklung» der ZHAW in Zusammenarbeit mit dem Tourismusbüro «Casa de Turismo» vor Ort steht. So wurde über den Mangel an Erfolg der Fincas und das bevorstehende Projekt Kenntnis erhalten. Die Nachhaltigkeitscheckliste basiert auf einer Literaturrecherche. Die Ausarbeitung des neuen Angebots, die Anwendung der Checkliste und Bestandsaufnahme vor Ort wurde in Form einer Feldarbeit getätigt und beinhaltete diverse Leitfadeninterviews, Begehungen und Befragungen. Die Ausarbeitung wurde übergeordnet begleitet durch das Handbuch «Tourismus – ganz natürlich!». Die Resultate demonstrieren, dass sich die Nachhaltigkeitscheckliste als ergänzende Planungsgrundlage bei der Ausarbeitung von touristischen Angeboten eignet und ein umfassendes Angebot erstellt werden konnte. Die Diskussion zeigt auf, dass die Feldarbeit essentiell war für die Angebotsentwicklung und das neue Angebot realistische Chancen auf Umsetzung und Erfolg haben könnte. Ausserdem wurde gezeigt, dass durch die Nachhaltigkeitscheckliste Potenziale zur Verbesserung erkannt wurden.

Abstract

This Bachelor's thesis deals with the development and application of a sustainability checklist and the design of a new tourism product in the outskirts of Sucre, Bolivia. The aim was to analyse existing possibilities for overnight stays and to connect them together with new multi-day routes. The developed checklist was used as part of a situative analysis and attempts to demonstrate the effort being made by the various lodgings to create sustainable tourism. The topic was chosen because of a collaboration between the «Tourism and Sustainable Development research group» of the ZHAW and the local «Casa de Turismo» tourism office. The sustainability checklist was developed based on a literature research project. The creation of the new tourism product, the adaptation of the checklist and the survey were all accomplished as part of an on site fieldwork project. This included various interviews with experts, inspections and inquiries and was carried out according to the guidance of the «Tourismus – ganz natürlich!» manual. The results illustrate the usefulness of the sustainability checklist as a base for developing tourism products and that a comprehensive product could be developed. The conclusion underlines the importance of the on site fieldwork for developing tourism products and shows that the new product has a realistic chance of establishing itself and becoming a success. Also the utility of the sustainability checklist as an additional analysis tool gets reflected.

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	7
1.1. AUSGANGSLAGE	8
1.2. ZIELE DER BACHELORARBEIT	8
2. VORGEHEN UND METHODEN	9
2.1. VORGEHEN	9
2.2. METHODEN	10
2.2.1. HERLEITUNG DER NACHHALTIGKEITSCHECKLISTE	10
2.2.2. LITERATUR UND METHODEN ZUR VERORTUNG DER REGION UND DER THEORETISCHEN GRUNDLAGEN	13
2.2.3. LITERATUR UND METHODEN ZUR FELDARBEIT UND DEN RESULTATEN	13
3. VERORTUNG DER REGION RUND UM SUCRE	15
3.1. ÜBERBLICK BOLIVIEN	15
3.1.1. ECKDATEN	15
3.1.2. TOURISMUSKENNZAHLEN VON BOLIVIEN	16
3.2. DAS UMLAND VON SUCRE	16
3.2.1. GEOGRAFIE UND KLIMA	16
3.2.2. GESCHICHTE UND KULTUR	17
3.2.3. TOURISTISCHE STÄTTEN	17
3.2.4. DIE BETEILIGTEN FINCAS UND AKTEURE	18
4. THEORETISCHE GRUNDLAGEN	20
4.1. TOURISMUS ALLGEMEIN	20
4.1.1. GLOBALE ENTWICKLUNG	20
4.1.2. HARTER UND SANFTER TOURISMUS	20
4.2. NACHHALTIGER TOURISMUS	22
4.2.1. ENTWICKLUNG DES NACHHALTIGKEITSGEDANKENS UND DES NACHHALTIGEN TOURISMUS	22
4.2.2. DEFINITION VON NACHHALTIGEM TOURISMUS	23
4.2.3. HERAUSFORDERUNGEN DES NACHHALTIGEN TOURISMUS	23

4.2.4.	ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG (TRENDS)	24
4.2.5.	ALLGEMEINE ZIELGRUPPEN DES NACHHALTIGEN TOURISMUS	25
4.3.	ENTWICKLUNG VON NACHHALTIGEN TOURISMUSANGEBOTEN	26
4.3.1.	HANDBUCH TOURISMUS – GANZ NATÜRLICH!	26
4.3.2.	EXKURS WIRKUNG	27
5.	ZWISCHENRESULTAT NACHHALTIGKEITSCHECKLISTE	28
5.1.	ERSTELLUNG DER NACHHALTIGKEITSCHECKLISTE	28
5.2.	ANWENDUNG UND AUSWERTUNG DER NACHHALTIGKEITSCHECKLISTE	29
6.	RESULTATE DER FELDARBEIT	32
6.1.	ERGEBNISSE DER IST-ANALYSE	32
6.1.1.	AKTUELLE SITUATION DES TOURISMUS IN SUCRE	32
6.1.2.	LOKALES TOURISMUSANGEBOT	32
6.1.3.	BESTANDSAUFNAHME DER FINCAS	33
6.1.4.	AKTEURANALYSE	34
6.1.5.	WIRKUNGSANALYSE	35
6.1.6.	SWOT-ANALYSE	35
6.2.	GRUNDLAGEN DES NEUEN ANGELOTS	36
6.2.1.	ZIEL UND STRATEGIE	37
6.2.2.	ZIELGRUPPEN FÜR DAS ANGEBOT	37
6.2.3.	SYNERGIEN UND ORGANISATION	38
6.2.4.	ALLEINSTELLUNGSMERKMALE	39
6.2.5.	BUCHUNGSSTELLE UND PREISE	39
6.2.6.	WERBUNG UND MARKETING	40
6.2.7.	ZEITPLANUNG UND MEILENSTEINE	41
6.2.8.	INITIIERUNGS- UND BETRIEBSKOSTEN	42
6.2.9.	QUALITÄTSSICHERUNG	43
7.	DAS NEUE ANGEBOT, ENDRESULTAT	44
7.1.	DIE VIER ROUTEN	44
7.1.1.	ROUTE °1 «HIDDEN GEMS, CULTURAL ENCOUNTER»	44
7.1.2.	ROUTE °2 «HIDDEN GEMS, NATURALLY BEAUTIFUL»	45
7.1.3.	ROUTE °3 «HIDDEN GEMS, PRESIDENTIAL SECRET»	45

7.1.4. ROUTE °4 «HIDDEN GEMS, HISTORICALLY NATURAL»	46
7.1.5. VISUALISIERUNGEN	46
7.2. ÜBERPRÜFUNG DER SERVICEKETTE	48
7.3. ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGE UND UMSETZUNGSEMPFEHLUNG	48
7.4. RÜCKMELDUNG DER PROJEKTINITIATOREN	48
8. DISKUSSION	49
8.1. FAZIT DER FELDARBEIT	49
8.2. FAZIT DER ERARBEITUNG DES NEUEN ANGEBOTS	50
8.3. FAZIT DER NACHHALTIGKEITSCHECKLISTE UND DEREN ANWENDUNG	50
8.4. SCHLIESSENDES FAZIT UND AUSBLICK	51
9. VERZEICHNISSE	52
9.1. TABELLEN	52
9.2. ABBILDUNGEN	52
9.3. LITERATUR	53
ANHANG	56

1. Einleitung

Im Umland von Sucre in Bolivien gibt es verschiedene Häuser und Fincas, die von ihren Besitzenden zu Übernachtungszwecken hergerichtet wurden. Zusätzlich bestehen einzelne touristische Aktivitäten zu den Thematiken Sport, Kultur und Natur. Die zur Verfügung stehenden Übernachtungsmöglichkeiten werden aber nur mit mässigem Erfolg vermarktet und gebucht. Daher wurde durch das Tourismusbüro «Casa de Turismo» die Projektidee «Finca Trail» ins Leben gerufen. Das Projekt hat zum Ziel die einzelnen Übernachtungsmöglichkeiten in Form mehrtägiger Routen zu verknüpfen und daraus ein Angebot zu lancieren. Im Rahmen der Bachelorarbeit wird das Projekt konkretisiert und soweit ausgearbeitet, dass die Projektinitiatoren eine Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung erhalten und über eine definitive Initiierung befinden können. Ausserdem wird eine Nachhaltigkeitscheckliste erstellt, um eine zusätzliche Aufnahme der Anstrengungen der Fincas in Richtung des nachhaltigen Tourismus zu erhalten. Diese soll mitunter als Planungsgrundlage für das auszuarbeitende Tourismusangebot dienen.

Einleitend werden die relevanten Methoden und die verwendete Literatur beschrieben. In detaillierter Form wird auf die Nachhaltigkeitscheckliste eingegangen, da diese eigens für diese Arbeit erstellt wird. Anschliessend werden die Region und die besuchten Fincas verortet und der nachhaltige Tourismus, der als Grundlage für die Erarbeitung dient, in den theoretischen Grundlagen erörtert. Daraufhin werden die erarbeitete Nachhaltigkeitscheckliste und deren Anwendung als Zwischenresultate präsentiert. Die folgende Feldarbeit ist in zwei Unterkapitel gegliedert. Das Erste beschäftigt sich mit der Ist-Analyse vor Ort und das Zweite mit der Ausarbeitung der einzelnen Eckpunkte für das neue Angebot. Das neue Angebot, primär die neuen Routen und deren Visualisierung, wird im letzten Kapitel dargestellt. Schliessend werden die Erfahrungen der Feldarbeit sowie die Ausarbeitung der Nachhaltigkeitscheckliste und des neuen Angebots reflektiert und diskutiert. Der Anhang enthält die Auswertungen der gemachten Interviews, Analysen und die detaillierte Aufstellung der Kriterien der Nachhaltigkeitscheckliste. Ausserdem sind die erstellte Entscheidungsgrundlage und die Umsetzungsempfehlung (deutsche und spanische Version) zum fertigen Angebot sowie die Visualisierungen des Angebots angefügt.

1.1. Ausgangslage

Das Tourismusbüro «Casa de Turismo» in Sucre wurde von Marco Birchler, einem ehemaligen Absolventen der «Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften» (ZHAW), ins Leben gerufen. Das Tourismusbüro steht in Zusammenarbeit mit der Forschungsgruppe «Tourismus und nachhaltige Entwicklung» der ZHAW. Durch diesen Kontakt wurde die Forschungsgruppe auf den mangelnden Erfolg, die fehlende Kooperation der Fincas und das bevorstehende Projekt aufmerksam gemacht. Dieses möchte die Fincas vernetzen und gemeinsam vermarkten. Aufgrund der notwendigen Zusammenarbeit mit den beteiligten Akteuren vor Ort und der Beurteilung anhand der Checkliste, wird im Rahmen der Bachelorarbeit eine Felduntersuchung getätigt. Im Bezug zur Projektentwicklung kommen Fragen auf wie: «Wie können unterschiedliche Produkte in ein Angebot verknüpft werden?», «Wie werden standortbedingte Schwierigkeiten miteinbezogen?», «Welche Zielgruppen werden angesprochen?» und «Wie wird ein neues Angebot am Markt am effektivsten beworben und verkauft?» Diese durch den Anspruch nach Handlungsbedarf und touristischer Entwicklung aufgeworfenen Fragen will die Bachelorarbeit beleuchten.

1.2. Ziele der Bachelorarbeit

Aus der Ausgangslage wurden die folgenden Ziele definiert.

Ziel °1.1

Es wird eine Nachhaltigkeitscheckliste für die Beurteilung der Fincas, im Sinne des nachhaltigen Tourismus ausgearbeitet. Die Checkliste soll mitunter als Grundlage für die weitere Ausarbeitung des Tourismusangebots dienen und Möglichkeiten zur Verbesserung aufzeigen.

Ziel °1.2

Die Nachhaltigkeitscheckliste wird während der Feldarbeit vor Ort angewendet um die bestehenden Anstrengungen der Fincas in Richtung Nachhaltigkeit abschätzen zu können.

Ziel °2

Das Projekt «Finca Trail» wird konkretisiert und soweit ausgearbeitet, dass eine Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung für eine definitive Angebotsinitiierung zur Verfügung steht. Es soll ein Angebot entstehen, dass die einzelnen Fincas miteinander verknüpft und so die gemeinsame Vermarktung möglich macht.

2. Vorgehen und Methoden

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem Vorgehen und den Methoden. Es wird auf die Vorgehensweise der Arbeit und auf die verwendeten Methoden und Literatur eingegangen. Auch wird die Herleitung der Nachhaltigkeitscheckliste aufgezeigt.

2.1. Vorgehen

Um sich in Bolivien und der Region rund um Sucre verorten zu können, werden in einem ersten Schritt die wichtigsten Eckdaten mit dem Fokus auf den Tourismus in Form eines Porträts hervorgehoben. Auch werden die zentralen Akteure des Projekts beschrieben. Durch den globalen Trend hin zu einer nachhaltigen Entwicklung wird auch der Tourismus vermehrt in diese Richtung gelenkt. Daher werden in einem zweiten Schritt die theoretischen Grundlagen geschaffen, um eine Basis für die Ausarbeitung des touristischen Angebots zu erhalten, die dieser Prämisse entsprechen. Weiter werden die Grundlagen für die Entwicklung des neuen Angebots aufgezeigt und ein Exkurs zur Wirkung von Angeboten gemacht, da das neue Angebot einer Wirkungslogik folgen soll.

Als Zwischenresultat wird die Nachhaltigkeitscheckliste und deren Anwendung im Detail vorgestellt. Die Anwendung basiert auf den Besuchen der einzelnen Fincas und ist ebenfalls als Teil der Ist-Analyse der Feldarbeit zu verstehen, wird aber aufgrund der Chronologie an dieser Stelle aufgeführt.

Die darauffolgende Feldarbeit wird in zwei Schritte gegliedert und ist ein weiteres wesentliches Zwischenresultat. Um allerdings eine klare Gliederung der Bachelorarbeit zu gewährleisten, wird die erarbeitete Basis zur Erstellung des Angebots im Kapitel Feldarbeit aufgeführt. Zuerst wird eine Ist-Analyse gemacht. Hierzu wird eine Befragung der lokalen Tourismusagenturen abgehalten und einzelne lokale Experten werden interviewt. Dies um das bestehende Angebot an Touren und die aktuelle Situation des Tourismus in Sucre zu erkennen. Zudem wird ein Fragebogen für die Besitzenden der Fincas erstellt, damit eine Bestandsaufnahme der Fincas gemacht werden kann. Ausserdem werden eine Wirkungs-, Akteur- und SWOT-Analyse erstellt. Die eigentlich folgende Kreativitätsphase wurde bereits durch die beiden Projektinitiatoren Marco Birchler und Nico Koehorst im Vorfeld der Feldarbeit getätigt und ist daher nicht Bestandteil der Arbeit. Anschliessend wird damit begonnen die Angebotsskizze auszuarbeiten. Diese dient als Grundlage und Übersicht für die weitere Ausarbeitung des Projekts.

In einem zweiten Schritt der Feldarbeit wird das neue Angebot konkretisiert und ausgearbeitet. Hierzu werden die notwendigen Aspekte: Ziel und Strategie, Zielgruppen, Synergien und Organisation, Alleinstellungsmerkmale, Buchungsstelle und Preise, Werbung und Marketing, Zeitplanung und Meilensteine, Initiierungs- und Betriebskosten sowie Qualitätssicherung definiert.

Daraus resultiert das eigentliche Angebot. Das Kapitel Endresultat enthält dementsprechend die erstellten Routen, die Visualisierungen, die Überprüfung der Servicekette, die Erläuterung der Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung sowie die erste Rückmeldung der Projektinitiatoren.

Die Unterkapitel Zeitplanung und Meilensteine, Initiierungs- und Betriebskosten sowie Visualisierung werden Mithilfe der Projektinitiatoren erstellt. Diese berufen sich nur teilweise auf die verwendeten Methoden und theoretischen Grundlagen, sind allerdings zentral für die Vollständigkeit des Angebots und werden aus diesem Grund ebenfalls erstellt.

Die schliessende Diskussion reflektiert die Feldarbeit, das neue Angebot sowie die Nachhaltigkeitscheckliste und deren Anwendung. Ausserdem wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick in die Zukunft gewagt. Um das Vorgehen visuell nachvollziehen zu können wird es auf der nebenstehenden Grafik schematisch dargestellt (siehe Abb. 2.1).

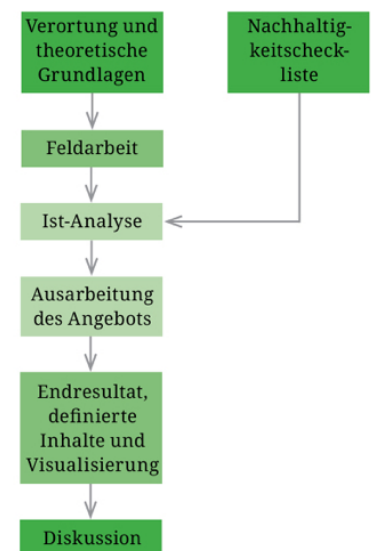


Abb. 2.1 Vorgehen der Arbeit (schematisch)

2.2. Methoden

2.2.1. Herleitung der Nachhaltigkeitscheckliste

Im Rahmen der Arbeit wird eine Nachhaltigkeitscheckliste erarbeitet. Diese hat den Zweck die Anstrengungen der Besitzenden der Fincas in Richtung eines nachhaltigen Tourismus zu demonstrieren und Handlungsmöglichkeiten für die weitere Projektausarbeitung aufzuzeigen. Sie dient als Planungsgrundlage für das Angebot und die Servicekette. Es soll keine schliessende Beurteilung gemacht werden. Vielmehr soll erkannt werden auf welche Bereiche der Fokus bei der Angebotsentwicklung gelegt werden muss und wo Möglichkeiten zur Entwicklung bestehen. Dadurch können gezielt Verbesserungen aufgezeigt werden und es werden nicht wahllos Verbesserungsvorschläge gemacht.

Kommt die Nachhaltigkeitscheckliste zu einem späteren Zeitpunkt wieder zum Einsatz, kann demonstriert werden, inwiefern sich die Fincas in die gewünschte Richtung entwickelt haben. Die Nachhaltigkeitscheckliste soll grundlegende Informationen zu den Fincas, eine Karte sowie eine Gesamtübersicht der einzelnen Aspekte und Indikatoren mit Bezug zu deren Erfüllungsgrad enthalten. In der Nachhaltigkeitscheckliste werden die Indikatoren jeweils einem der drei Felder (erfüllt, teilweise erfüllt, nicht erfüllt) zugeteilt. Die Zuteilung dient zur Auflistung in der Gesamtübersicht und soll einen raschen Überblick über den Stand der Fincas geben. Ebenfalls soll ein Bereich für zusätzliche Notizen vorhanden und die Checkliste im Feld anwendbar sein.

Die Nachhaltigkeitscheckliste wird in abgewandelter und situationsgerechter Form, aufgrund des öffentlich zugänglichen Kriterienkatalogs der «Global Sustainable Tourism Council» (GSTC), zusammengestellt. Die GSTC wurde mitunter von der «World Tourism Organization» (UNWTO) gegründet und besteht seit 2007. Sie hat zum Ziel, das globale Verständnis rund um den nachhaltigen Tourismus zu vereinheitlichen und universelle Prinzipien dazu zu formulieren. (GSTC, 2017a) Diese Prinzipien stellt sie in Form von Kriterienkatalogen mit den dazugehörigen Indikatoren zur Verfügung. Die Kataloge sind grundsätzlich Leitfäden und daher nicht praxistauglich. Somit müssen diese zuerst in eine anwendbare Form umgewandelt werden. Dies wird im Rahmen der Erstellung der Nachhaltigkeitscheckliste bewerkstelligt. Der Kriterienkatalog «GSTC Hotel Criteria» wird verwendet, da dieser aufgrund von jahrzehntelanger Erfahrung und Arbeit rund um den nachhaltigen Tourismus auf der ganzen Welt aufgebaut wurde. (GSTC, 2017b) Ausserdem entsprechen die vier Aspekte (nachhaltiges Management, Gesellschaft, Wirtschaft, Umwelt) dem Nachhaltigkeitsgedanken (Herleitung siehe Kap. 4.2.1) und eignen sich daher für die Nachhaltigkeitscheckliste. Folgend werden nun die einzelnen Aspekte und die dazugehörigen Kriterien beschrieben. Die jeweils dazugehörigen Indikatoren sind dem Anhang °1 zu entnehmen. Der erste Aspekt, das nachhaltige Management, widmet sich der übergeordneten Managementstruktur. Es wird überprüft, ob der Nachhaltigkeitsgedanke vorhanden ist und ob dieser effektiv auf allen Ebenen (Mitarbeiterwesen, Touristeninteraktion, Infrastruktur) angewendet wird. Der erste Aspekt enthält zehn Kriterien. Die Kriterien überprüfen ob durch die Besitzenden der Fincas das Management auf einer nachhaltigen Basis aufgebaut ist und die geltenden Gesetze eingehalten werden sowie Eigentumsrechte vorhanden sind. Weiter wird geprüft, ob die Anstrengungen rund um die Nachhaltigkeit aktiv mitgeteilt werden und die Mitarbeiter an deren Entwicklung beteiligt werden. Ebenfalls wird überprüft, ob die Gästezufriedenheit durch die Besitzenden der Fincas geprüft wird und ob das Werbematerial akkurat ist.

Zusätzlich wird die Bauweise der Fincas überprüft und das Nachhaltigkeitsverständnis der Besitzenden sowie deren Zusammenarbeit mit den Gemeinden beurteilt.

Der zweite Aspekt setzt sich mit der wirtschaftlichen Komponente auseinander. Es wird beurteilt, inwiefern sich die Betreibenden der Fincas für die lokale Gemeinschaft einsetzen und diese aktiv an der Gewinnmaximierung beteiligen. Dieser Aspekt besteht aus neun Kriterien. Es wird überprüft, ob die lokale Gemeinschaft aktiv unterstützt wird und zu welchem Grad die Mitarbeiter aus der lokalen Bevölkerung stammen. Weiter wird betrachtet, ob lokale Produkte eingekauft und lokale Händler bevorzugt werden. Beurteilt werden der Ausbeutungsgrad, die Chancengleichheit, die Anstellungsbedingungen und die Beeinträchtigung von öffentlichen Dienstleistungen durch die Betreibenden der Fincas. Abschliessend wird die Beeinträchtigung des Zugangs der lokalen Bevölkerung zu lebensnotwendigen Infrastrukturen angeschaut.

Als Drittes wird der Einfluss auf die Gesellschaft geprüft. Da einige Kriterien bereits beim wirtschaftlichen Aspekt abgehandelt sind, werden nur vier Kriterien aufgenommen. Diese befassen sich primär mit dem Umgang und Schutz sowie dem Zugang der lokalen Bevölkerung zum kulturellen Erbe. Es wird überprüft, ob bei kulturellen Interaktionen keine negativen Folgen entstehen und ob das kulturelle Erbe geschützt und in Stand gehalten wird. Ausserdem wird angeschaut inwiefern die verwendeten Güter und kulturellen Objekte authentisch sind und keine historischen oder kulturellen Artefakte verkauft oder gehandelt werden.

Der vierte Aspekt dreht sich um die Umwelt. Dieses Set ist mit 14 Kriterien das umfassendste. Es behandelt die Themenbereiche Reduktion der Verschmutzung, Umgang mit der Natur (Biodiversität, Landschaft, Ökosystem) und Ressourcenverbrauch. Bei diesem Aspekt wird überprüft ob effizient mit dem Energie- und Wasserverbrauch umgegangen wird und ob Anstrengungen zur CO² Reduktion bestehen. Weiter wird betrachtet, inwiefern umweltfreundliche Verkehrsmittel zur Verfügung stehen und ob eine Abwasserreinigung vorhanden ist. Ebenfalls werden die Abfallentsorgung, der Umgang mit gefährlichen Substanzen (Putzmittel) und die Anstrengungen zur Reduktion der Verschmutzung angeschaut sowie der Schutz der Biodiversität und der Umgang mit invasiven Pflanzen und Tieren untersucht. Zudem wird der mögliche negative Einfluss beim Besuch von Naturgebieten, der Umgang mit Wildtieren und das Tierwohl der Nutztiere beurteilt. Als letztes Kriterium werden die Wildtierjagd und der Handel damit untersucht.

2.2.2. Literatur und Methoden zur Verortung der Region und der theoretischen Grundlagen

Die Verortung der Region rund um Sucre wird anhand einer Literaturrecherche erarbeitet. Hierzu dienen die gängige Fachliteratur zu Bolivien und dessen Tourismus sowie ausgewählte Internetdossiers wie das «The World Factbook» der «Central Intelligence Agency» (CIA). Auch wird ein Experteninterview mit Fredy Hofmann abgehalten, einem Schweizer Textilexperten und Kunsthändler aus Sucre. Er lebt seit vielen Jahren in Bolivien und hat sich eingehend mit der Kultur und der Geschichte auseinandergesetzt. Die theoretischen Grundlagen werden auch anhand einer Literaturrecherche erarbeitet. Hierzu dienen ebenfalls die gängige Fachliteratur rund um den nachhaltigen Tourismus, sowie Dossiers und Leitfäden der UNWTO und Fachartikel aus diesem Bereich.

2.2.3. Literatur und Methoden zur Feldarbeit und den Resultaten

Die Feldarbeit wird übergeordnet durch das Vorgehen aus dem Handbuch «Tourismus – ganz natürlich!» der «Fachstelle Tourismus und nachhaltige Entwicklung» der ZHAW abgeleitet. Dieses wird verwendet, da es sehr praxisbezogen ist und sich bereits bei der Ausarbeitung von touristischen Angeboten bewährt hat.

Die Ist-Analyse, genauer die Situation des Tourismus in Sucre und die Befragungen der lokalen Agenturen, wird in Form von qualitativen Interviews abgehalten. Für die Situation im lokalen Tourismus werden drei lokale Experten (Jhonny Sainz, Dick Commandeur, Gabriela Sahonero Cueller) interviewt und für die Befragung der lokalen Agenturen werden zwölf Agenturen anhand eines Fragebogens befragt. Diese Befragungen dienen dazu, das Gebiet rund um Sucre auf seine Angebotsdichte zu untersuchen. Die darauffolgende Bestandsaufnahme der Fincas wird ebenfalls in Form eines Fragekataloges zusammengestellt. Es werden zehn Fincas besucht und vor Ort mit den Besitzenden der Fincas jeweils ein Gespräch abgehalten. Der Fragebogen wird Hilfe der Leitfragen aus dem Kapitel sechs des Handbuchs «Tourismus – ganz natürlich!» überprüft und standortgerecht angepasst. Für die Akteuranalyse dienen Unterlagen aus dem Modul «LBT 3» des Herbstsemester 2015, die durch Dr. Urs Müller abgegeben wurden, als Grundlage. Für die Erarbeitung der Wirkungsanalyse wird das «Kursbuch Wirkung» der «Phineo gAG» als Referenz herbeigezogen. Die SWOT-Analyse zeigt die wichtigsten Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken auf. Gemeinsam mit der angewendeten Nachhaltigkeitscheckliste demonstrieren die aufgeführten Analysen die zentralen Erkenntnisse für die Weiterarbeit.

Die Angebotsskizze wird aufgrund der Vorlage, die im Rahmen des Moduls «naturnaher Tourismus» im Herbstsemester 2016 durch Simone Gruber abgegeben wurde, erstellt. Die Angebotsskizze verfügt über kein eigenes Kapitel, sondern ist direkt im Anhang °2 angefügt.

Die darauffolgende Ausarbeitung des neuen Angebots wird wie angedeutet durch das Handbuch «Tourismus – ganz natürlich!» begleitet. Im Rahmen der Ausarbeitung werden ausserdem zusätzliche qualitative Befragungen zu Transportmitteln und Preisen gemacht, um die neuen Routen akkurat definieren zu können.

3. Verortung der Region rund um Sucre

Damit das Projekt verortet werden kann, wird ein Überblick über Bolivien in Form eines Porträts geschaffen. Es werden die wichtigsten Kennzahlen des Landes hervorgehoben und der Tourismus betrachtet. Anschliessend wird im Detail das Umland von Sucre beschrieben. Es wird auf die Geografie, Klima, Geschichte und die Kultur eingegangen sowie die wichtigsten touristischen Stätten dargelegt. Ausserdem werden die relevanten Fincas und Akteure vorgestellt.

3.1. Überblick Bolivien

3.1.1. Eckdaten

Bolivien wurde im Jahr 1825 gegründet und wird aktuell durch Evo Morales präsiert. Das Land verfügt offiziell über zwei Hauptstädte. La Paz, die administrative Hauptstadt, und Sucre, bei der es sich um die konstitutionelle Hauptstadt handelt. (CIA, 2017) Mit rund 1'100'000 km² ist Bolivien rund 27 Mal grösser als die Schweiz und ist ebenfalls ein Binnenland. (CIA, 2017) Das Land ist durch drei Arten von Terrains gekennzeichnet: Dem bergigen Andengebiet, dem hügeligen Flachland (Richtung Brasilien und Paraguay) und dem Amazonasgebiet (siehe Abb. 3.1). Hervorzuheben ist das «Altiplano», ein Hochplateau in den Anden, auf dem der Grossteil der rund elf Millionen Einheimischen lebt. (CIA, 2017) Das



Abb. 3.1 Staatsgebiet von Bolivien (CIA, 2017)

Bruttoinlandsprodukt (BIP) betrug 2016 rund 79 Milliarden US-\$ und dementsprechend rangierte das Land auf dem 94. Platz der Weltrangliste. Ausserdem liegt das Land auf dem «Human Development Index» (HDI) auf Rang 118. (UNDP, 2017) Folglich ist Bolivien ein relativ unterentwickeltes und armes Land.

3.1.2. Tourismuskennzahlen von Bolivien

2016 besuchten rund 975'000 internationale Touristen Bolivien. Diese generierten 2.8% des bolivianischen BIP. (WTTC, 2017) Die Touristen zeichnen sich durch ein hohes Interesse an der Natur und Kultur, einem Alter zwischen 20 - 39 Jahren (84%), einem Tagesbudget zwischen 20 - 80 US-\$ (81%) und einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von rund 22 Tagen aus. (Weber, 2016, S. 61, 64, 69)

3.2. Das Umland von Sucre

3.2.1. Geografie und Klima

Sucre und die relevante Region befinden sich im südlichen Teil der Provinz Oropeza (siehe Abb. 3.2, eingefärbter Teil). Das Zentrum (Stadt Sucre) liegt auf rund 2'800m über Meer, das Gebiet kann aber aufgrund vorgenommener GPS-Messungen bis zu 900 Höhenmeter variieren (siehe Anhang °3, Auswertung Bestandsaufnahme der Fincas). In der Region herrscht ganzjährig ein gemässigttes Klima mit einer durchschnittlichen Temperatur von 15.6°C. (DWD, 2017) Der Grossteil des Regens (735mm) fällt während den Monaten Dezember-März (70%). (DWD, 2017) Infolge der Temperaturen und des Niederschlages handelt es sich generell um ein arides Klimagebiet. Aufgrund der Höhenunterschiede gibt es im untersuchten Gebiet aber zwei Klimazonen (Humid Puna, Inter-Andean Dry Valleys). (Herzog et al., 2016, S. 20) Weiter zu erwähnen sind Wiederaufforstungsprojekte, die seit über 25 Jahren in der Region, unter anderem durch die deutsche Entwicklungshilfe, gemacht werden. Diese haben zur Folge, dass Mikroklimas entstanden sind, die ein ökologisches Gleichgewicht schaffen und die Wüstenbildung und Erosion in den Gebieten verhindern. (CdS, 2014) Die Provinz ist bis auf die Hauptstadt Sucre wenig besiedelt. Von den 310'000 Einwohner der Provinz leben 281'000 in der Stadt Sucre. (INE, 2016) Daher handelt es sich weitgehend um einen dünnbesiedelten Naturraum.

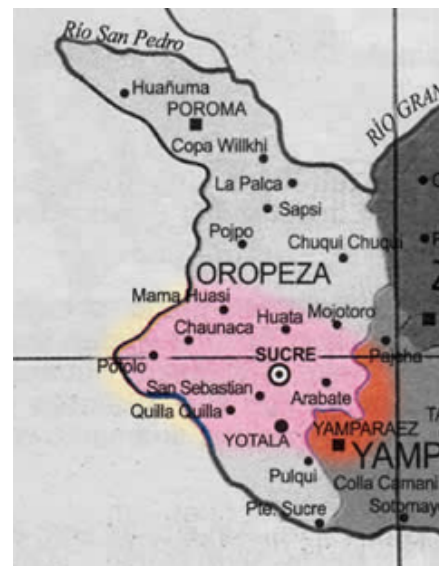


Abb. 3.2 Die Provinz Oropeza (eingefärbt die relevante Region) (Educa, 2017)

3.2.2. Geschichte und Kultur

Die Region um Sucre und die ansässigen Kulturen (Jalq'a, Yampara) wurden etwa um 1450 von den Inkas besetzt und unterjocht. (Hofmann, 2017) Speziell für diese beiden Kulturen ist die Weberei, die auf dem ganzen amerikanischen Kontinent unverwechselbar ist und von der Komplexität her mit Perserteppichen mithalten kann (siehe Abb. 3.3). (Hofmann, 2017) Die Besetzung fand aufgrund von strategischen Überlegungen der Inkas statt, da es südlich viele kriegerische Stämme gab, gegen die sich die Inkas absichern wollten. Wegen der kurzen Dauer der Besetzung war der Einfluss auf die lokalen Kulturen nicht sonderlich hoch. Allerdings brachten die Inkas das Quechua in die Region und begannen mit dem Handel von Wolle und Honig. (Ayllon, 2010, S. 8) Als die Spanier mit der Übernahme der Region begannen, hatten sich die lokalen Kulturen diesen angeschlossen um sich von der Herrschaft der Inkas zu befreien. Daher erhielten sie spezielle Sonderrechte, die zum Teil einzigartig in ganz Südamerika waren. So durften zum Beispiel die Dorfvorsitzenden im späteren Sucre direkt neben den Spaniern an der Plaza leben. (Hofmann, 2017) Die Stadt Sucre wurde im Jahr 1538, unter dem Namen La Plata, durch die Spanier gegründet. (Ayllon, 2010, S. 5) Francisco Pizarro, der die Besetzung der Region anführte, veranlasste die Gründung der Stadt. Dies unter anderem, weil im Berg «Cerro Rico» bei Potosí viel Silber gefunden wurde und sich die Minenbesitzer von Potosí, wegen des Klimas eher in Sucre niederliessen. (Ayllon, 2010, S. 17) Bevor Sucre aufgrund des Rückgangs der Einnahmen aus den Minen von Potosí an Bedeutung verlor und La Paz zum Regierungssitz wurde, erstreckte sich das Einflussgebiet der Spanier über ganz Bolivien, Paraguay, einem Teil von Brasilien, dem Norden von Argentinien und einem Teil von Chile. (Hofmann, 2017) Das Umland von Sucre jedoch wurde durch die Spanier nur spärlich besiedelt. Verdiente Generäle erhielten Haciendas oder Fincas, die eine gute Einnahmequelle darstellten. Allerdings war das Leben auf dem Land gefährlich und somit verbrachten sie generell einen Grossteil ihrer Zeit in der Stadt Sucre. (Hofmann, 2017)

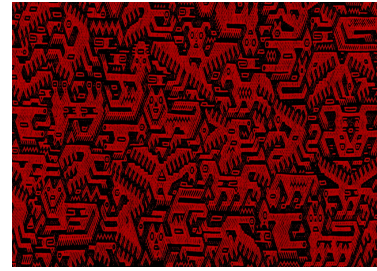


Abb. 3.3 Muster eines Jalq'a Gewebes (Birchler, 2017)

3.2.3. Touristische Stätten

Im Umland von Sucre gibt es einige touristische Stätten, die in der folgenden Tabelle (siehe Tab. 3.1, nächste Seite) aufgelistet und kurz beschrieben werden. Diese wurden auf den Onlineplattformen «tripadvisor.com», «wikitravel.org» und «lonelyplanet.org» recherchiert.

Es zeigt sich, dass das Umland von Sucre touristisch wenig erschlossen ist und nur vereinzelte Attraktionen bestehen. Das bescheidene Angebot im Umland von Sucre kann mitunter als Grund zur fehlenden Auslastung der Fincas angesehen werden.

Tab. 3.1 Touristische Stätten rund um Sucre

Touristische Stätte	Kurzbeschreibung
Stadt Sucre	Das Zentrum der Stadt ist UNESCO-Weltkulturerbe und hat eine Kathedrale, viele Kirchen und Museen.
Themenpark Cal Orck'o (Dinosaurier)	Der Park informiert über die Evolution und es gibt viele Dinosaurierspuren vor Ort.
7 Cascadas (Wasserfälle)	Ein beliebter Ort für Tagestouren. Allerdings sind die Wasserfälle aufgrund der rückgehenden Wassermengen nicht mehr vorhanden. Es gibt aber einen Naturschwimmbad vor Ort.
Krater von Managua	Ein beeindruckender Krater ca. 40 km von Sucre. Der Krater hat spezielle Formen an den Aussenrändern. An den Ort gibt es einige geführte Wandertouren. Mit geeigneter Ausrüstung, ist die Wanderung auch selbstständig möglich.
Sonntagsmarkt in Tarabuco	Der Sonntagsmarkt von Tarabuco bietet einen Einblick in die lokale Kultur. Er dient den umliegenden Dörfern als Einkaufsmöglichkeit und es werden die Stoffe aus der Region angeboten.
Webkunst in den umliegenden Dörfern	In den umliegenden Dörfern (Potolo, Marawa, Quila Quila) kann man teils übernachten und die lokale Webkunst kennenlernen. Es gibt einige geführte Touren (oft mit Camping).
Antonio Jose Brücke	Die Hängebrücke war einst das Bindeglied zwischen Potosi und Sucre. Heutzutage wird sie nicht mehr gebraucht und dient nurnoch als Zeitzeuge der Besetzung durch die Spanier.

3.2.4. Die beteiligten Fincas und Akteure

Für das Angebot wird mit zehn Fincas zusammengearbeitet. Die Fincas befinden sich alle im Umland von Sucre mit einer Entfernung von maximal rund 80km. (siehe Anhang °3) Drei der Fincas (Aritumayu, Bramadero, Cajamarca) befinden sich in wieder aufgeforsteten Zonen, was für die zumeist karge Umgebung von Sucre speziell ist. Zwei der Fincas (Huata, Kantu Nucchu) sind ehemalige Präsidentensitze und haben daher eine reiche Geschichte. (siehe Anhang °3) Zwei weitere Fincas (Jatun Yampara, Picili) befinden sich in kleinen lokalen Dörfern, wo die andine Kultur noch stark vorhanden ist. In zwei umliegenden Dörfern mittlerer Grösse (Tejahuasi, Yotala) befinden sich nochmals zwei Fincas. Hierbei besteht der Vorteil, dass sich diese mit der Umwelt und erneuerbaren Energien auseinandersetzen. (siehe Anhang °3)

Die zehnte Finca (Santa Catalina) hat eine berühmte Kapelle, befindet sich unmittelbar in der Peripherie der Stadt Sucre und ist dementsprechend gut mit dem ÖV erreichbar. Ausserdem verfügen alle Besitzenden der Fincas über Erfahrung in der Tourismusbranche und möchten den Tourismus forcieren. (siehe Anhang °3) Zusätzlich zu den Betreibenden der Fincas sind William Nuñez und Julio Uriarte zwei beteiligte Akteure. William Nuñez verfügt über ein lokales Transportunternehmen, das auch über Fahrräder verfügt. Julio Uriarte bietet Pferdetouren in der Umgebung des Dorfes Yotala an und ist ebenfalls gewillt, beim neuen Angebot mitzuarbeiten. (siehe Anhang °4)

4. Theoretische Grundlagen

Wie im Kapitel 2.1 (Vorgehen) angedeutet, soll sich die Arbeit mit dem globalen Trend hin zu einer nachhaltigen Entwicklung decken. Dies entspricht dem Zeitgeist, was sich im Tourismus mitunter im «2017 international year of sustainable tourism for development» der UNWTO manifestiert. (UNWTO, 2017a)

In diesem Kapitel wird der Begriff nachhaltiger Tourismus hergeleitet und eingegrenzt. Ausserdem wird die momentane Entwicklung des nachhaltigen Tourismus aufgezeigt und auf die Entwicklung von Angeboten in diesem Segment eingegangen. Weiter wird ein Exkurs zur Wirkung von Angeboten unternommen.

4.1. Tourismus allgemein

4.1.1. Globale Entwicklung

Aktuell generiert der weltweite Tourismus rund 10% des globalen Bruttoinlandproduktes und ist verantwortlich für jede elfte Arbeitsstelle. Ausserdem wird prognostiziert, dass die Anzahl der internationalen Touristen von heute rund 1.2 Milliarden auf 1.8 Milliarden im Jahre 2030 steigen wird. (UNWTO, 2016, S. 3) Diese Zahlen machen deutlich, dass es durchaus als lohnenswert erachtet werden kann, in diesen Sektor einzusteigen. Dies birgt aber auch Gefahren. Wird der Tourismus zu stark intensiviert, kann es zu Identitätsverlust oder Ausbeutung der lokalen Bevölkerung und Beeinträchtigung der Natur führen. (AKTE et al., 2016, S. 5)

4.1.2. Harter und sanfter Tourismus

Im Tourismus gibt es allgemein zwei übergeordnete Strategien diesen zu entwickeln. In der folgenden Tabelle (siehe Tab. 4.1, nächste Seite) werden die beiden Strategien, der harte und sanfte Tourismus, stichwortartig vorgestellt. Auf der linken Seite sind die Merkmale des harten Tourismus und auf der rechten Seite die Merkmale des sanften Tourismus dargestellt.

Tab. 4.1 Gegenüberstellung der beiden Tourismusstrategien (Rochlitz, 1988, S.106)

Harter Tourismus	Sanfter Tourismus
Massentourismus Wenig Zeit Schnelle Verkehrsmittel Festes Programm Aussengelenkt Importierter Lebensstil «Sehenswürdigkeiten» Bequem und passiv Wenig oder keine geistige Vorbereitung Keine Fremdsprache Überlegenheitsgefühl Einkaufen Souvenirs Knipsen und Ansichtskarten Neugier Laut	Einzel-, Familien- und Freundesreisen Viel Zeit Langsame Verkehrsmittel Spontane Entscheidungen Innengelenkt Landesüblicher Lebensstil Erlebnisse Anstrengend und aktiv Vorhergehende Beschäftigung mit dem Besuchsland Sprachen lernen Lernfreude Geschenke bringen Erinnerungen, Aufzeichnungen, neue Erkenntnisse Fotografieren, Zeichnen, Malen Takt Leise

Aus der Gegenüberstellung geht hervor, dass der harte Tourismus primär auf die Generierung von monetären Mehrwerten abzielt und der sanfte Tourismus vor allem auf die Entdeckung der lokalen Begebenheiten und Kulturen setzt. Aufgrund der Forderung hin zu einer nachhaltigen Entwicklung wird für den weiteren Verlauf der Arbeit nur der sanfte Tourismus betrachtet.

Aus der vorhergehenden Tabelle (siehe Tab. 4.1) sind die zentralen Eckpfeiler des sanften Tourismus zu entnehmen. Hervorzuheben sind die eher kleinen Reisegruppen, der Bezug zu den lokalen Begebenheiten und die Auseinandersetzung mit der lokalen Umwelt und Kultur. Im sanften Tourismus haben sich eine Vielzahl untergeordneter Tourismusarten gebildet, die alle auf einen oder mehrere Aspekte des sanften Tourismus fokussieren. Um die optimale Tourismusform auszuwählen, wird auf die Auflistung von Giovanni Danielli und Roger Sonderegger aus dem Buch «Kompaktwissen Naturtourismus» zurückgegriffen. Sie haben sich bereits mit der Definierung der Unterarten beschäftigt und somit einen guten Überblick erarbeitet, der für diese Arbeit ebenfalls zweckdienlich ist. Aus deren Aufstellung wurde der nachhaltige Tourismus ausgewählt. Dieser orientiert sich an den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und bezieht die möglichen Folgen für zukünftige Generationen mit ein. Dementsprechend wurde für die Erarbeitung des Angebots und der Nachhaltigkeitscheckliste der nachhaltige Tourismus ausgewählt.

4.2. Nachhaltiger Tourismus

4.2.1. Entwicklung des Nachhaltigkeitsgedankens und des nachhaltigen Tourismus

Umfassende Definitionen des Nachhaltigkeitsgedanken gehen ursprünglich auf den Brundtlandbericht «Our Common Future» von 1987 zurück. Dieser nahm das Thema «Nachhaltigkeit» in seiner heutigen Form auf und beschrieb die Wichtigkeit des Mit-einbezuges von künftigen Generationen bei Entscheidungen rund um die Befriedigung der Bedürfnisse der heutigen Generationen. (UN, 1987) Daraufhin wurde 1992 in Rio de Janeiro der erste Erdgipfel abgehalten, wo umfassende Ziele zur zukünftigen Entwicklung der Welt definiert wurden. Darunter die Agenda 21 zur nachhaltigen Entwicklung. 20 Jahre später wurde durch die Vereinten Nationen beschlossen, diese zu überarbeiten und globale Nachhaltigkeitskriterien einzuführen. Parallel hierzu sind im Jahr 2000, auch durch die Vereinten Nationen, die Millenniumsziele zur zukünftigen Entwicklung der Welt bis zum Jahr 2015 definiert worden. Diese beiden Berichte wurden schliesslich zusammengeführt und daraus ist 2015 die Agenda 2030 mit umfassenden Zielen für eine nachhaltige Entwicklung entstanden. (AKTE et al., 2016, S. 4)

Die Agenda 2030 präsentiert sich als Aktionsplan, um die Transformierung des Menschen hin zu einer nachhaltigen Lebensweise im Einklang mit der Umwelt herbeizuführen. Hierzu wurden 17 Ziele in einem breiten Themenfeld definiert. Mitunter werden Aspekte wie Armut, Bildung, Umweltschutz und Gleichstellung besprochen. Übergeordnet wird in der Agenda 2030 (englische Version) von den fünf P's (Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden, Partnerschaft) gesprochen. Diese fünf übergeordneten Wegweiser sind im Prinzip eine Weiterentwicklung und Ergänzung der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und bilden somit den aktuellsten Stand der Diskussionen rund um den Begriff «Nachhaltigkeit». (UN, 2015)

Nach dem Erdgipfel in Rio wurde im Jahr 2002 das internationale Jahr des Ökotourismus ausgerufen. Im Rahmen des Ausrufs wurde auch der Anspruch an eine Unterstützung des Ökotourismus hin zu einer nachhaltigen Entwicklung ausgesprochen. (Baumgartner, 2002, S. 7) Der Ausruf sollte sich unter anderem als Impuls in der Entwicklung einer umfassenderen Definition zum nachhaltigen Tourismus herausstellen. Dies drückt sich in der Abdeckung der fünf P's aus, die mitunter durch das Jahr 2017 «international year of sustainable tourism for development» propagiert werden. (UNWTO, 2017a)

4.2.2. Definition von nachhaltigem Tourismus

Eine umfassende Definition zu nachhaltigem Tourismus liefert die UNWTO. Sie bezieht sich auf die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und berücksichtigt die jetzigen und zukünftigen Generationen. Ausserdem wird den Touristen ein hoher Stellenwert eingeräumt. In den drei Dimensionen werden die Elemente Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft beschrieben (siehe Tab. 4.2).

Tab. 4.2 Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit mit Bezug zum nachhaltigen Tourismus (UNWTO, 2017b)

Dimension	Themenbereiche
Umwelt	Optimale Nutzung der natürlichen Ressource als wichtigstes Element der touristischen Entwicklung, Unterhalt von ökologischen Prozessen, Konservierung von Naturerbestätten und Biodiversität
Gesellschaft	Respekt gegenüber der lokalen Kultur, Konservierung der Kulturerbestätten und Bräuche, Interkulturelles Verständnis, Toleranz
Wirtschaft	Langfristige ökonomische Operationen, Sozio-ökonomische Vorteile für alle Akteure und faire Verteilung, langfristige Anstellungsmöglichkeiten, Stellenaufbau, soziale Dienstleistungen für die lokale Bevölkerung, Armutsbekämpfung

Aus der Definition ist ebenfalls zu entnehmen, dass ein zusätzlicher Aspekt der Mitinbezug aller relevanten Akteure und die Konsensfindung ist. Dies ist auf die Relevanz der Agenda 2030 zurückzuführen. Wie angedeutet, wird das Erlebnis und die angestrebte Verhaltensänderung der Touristen hervorgehoben.

4.2.3. Herausforderungen des nachhaltigen Tourismus

Die Definition von nachhaltigem Tourismus zeigt die idealisierte und angestrebte Form dieser Tourismusart. Allerdings gibt es einige Herausforderungen die mit dem Tourismus einhergehen und dementsprechend auch auf den nachhaltigen Tourismus zutreffen. Einige werden nun exemplarisch aufgezeigt. Im Umland von Städten fokussiert sich der Tourismus zumeist auf Landschaftstypen mit einer hohen Biodiversität. Diese touristischen Aktivitäten können zu einem Verlust von Pflanzen- und Tierarten führen. (Rein & Strasdas, 2015, S. 17-18) Weiter sind touristisch interessante Zentren (Altstädte, Welterbestätten) häufig mit hohen Touristenströmen überfordert, da die Kapazitäten nicht vorhanden sind und somit wird die Lebensqualität der lokalen Bevölkerung eingeschränkt. (UNWTO, 2005, S. 12-13) Der Klimawandel ist eine weitere Herausforderung.

Zum einen hat der Klimawandel einen negativen Einfluss auf den bestehenden Tourismus (Verlust von Korallenriffen, Anstieg der Meere, Verlust von Skigebieten) und zum anderen ist der Tourismus ein Treiber des Klimawandels. Es wird geschätzt, dass rund 5% der Treibhausgase auf den Tourismus zurückzuführen sind. 90% dieser Emissionen stammen aus dem Transport. Hauptsächlich entstehen sie durch den Flugverkehr. Es wird vorausgesagt, dass durch die Attraktivität des Flugverkehrs, dieser weiter steigen wird. (UNWTO, 2005, S. 13) Auch zu erwähnen ist die Armutsbekämpfung. Die Armut ist grösstenteils in ländlichen Gebieten zu finden und kann durch den Tourismus effektiv angegangen werden. In vielen ländlichen Gebieten bietet der Tourismus eine nützliche zusätzliche Einnahmequelle. (UNWTO, 2005, S. 13) Die grosse Herausforderung liegt hierbei in der Kanalisierung der Gelder, damit diese effektiv bei der lokalen Bevölkerung ankommen und nicht die soziale Ungleichheit intensiviert wird. Tourismuskritiker sind zum Teil sogar der Meinung, dass der Tourismus die Armutsminderung in Entwicklungsländern nicht unterstützt. (Rein & Strasdas, 2015, S. 17)

4.2.4. Zukünftige Entwicklung (Trends)

Wie im Kapitel 4.1.1 demonstriert, wird der Tourismus in den nächsten Jahren grundsätzlich zunehmen. Die Form und Richtung der Entwicklung ist allerdings von unterschiedlichsten Faktoren wie Mobilität, Freizeit, Kommunikation und Politik abhängig. (Forster et al., 2011, S. 20) Trends sind zentral, um den zukünftigen Wandel abschätzen zu können. In der folgenden Tabelle (siehe Tab. 4.3, nächste Seite) sind die relevanten Trends (Bildungsniveau steigt, Wichtigkeit des Internets, Steigendes Umwelt- und Fairnessbewusstsein, Unterschiedliche Vorlieben, Alternde Bevölkerung, Authentizität der Erlebnisse) für den nachhaltigen Tourismus, im Kontext der Verortung der Bachelorarbeit festgehalten. Die sechs Trends zeigen auf, dass die Zielgruppe und deren Bedürfnisse sowie der aktuelle Nachhaltigkeitsgedanke eine wichtige Rolle im nachhaltigen Tourismus innehalten. Ausserdem ist das Internet hervorzuheben, dass in Zukunft noch mehr an Bedeutung gewinnen wird und bei der Ausarbeitung von Angeboten unbedingt beachtet werden sollte.

Tab. 4.3 Relevante Trends für den nachhaltigen Tourismus (Forster et al., 2011, S. 21-22) / (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 141-145)

Trend	Kurzbeschreibung
Bildungsniveau steigt	Der Anteil an Analphabeten auf der ganzen Welt sinkt. Eng mit einem erhöhten Bildungsniveau verknüpft ist die Nachfrage nach Outdooraktivitäten.
Wichtigkeit des Internets	Der Grossteil der Reisenden verwendet heute das Internet um Informationen über Reisedestinationen zu erhalten oder Buchungen vorzunehmen. Dieser Trend wird in Zukunft noch mehr an Wichtigkeit gewinnen und ermöglicht neue Angebotsmodelle, Informationssysteme und Verkaufsmöglichkeiten zu nutzen.
Steigendes Umwelt- und Fairnessbewusstsein	Der Trend hin zu einer nachhaltigen Entwicklung und einer Anpassung des Lebens- und Reisestils, in diese Richtung, nimmt weltweit zu. Daher wird auch dieser Trend in Zukunft vermehrt an Bedeutung gewinnen und kann für ein touristisches Angebot oder Unternehmen eine Möglichkeit des Benchmarking sein.
Unterschiedliche Vorlieben	Die Bedeutung von soziodemografischen Merkmalen nimmt stetig ab, da Einstellungen von Zielgruppen (z.B. Familien, Ehepaaren oder Alleinreisenden) zwar ähnlich, aber die Bedürfnisse verschieden sein können. Daher ist eine klare Vorstellung und Abgrenzung der Zielgruppe wichtig.
Alternde Bevölkerung	Das Durchschnittsalter der Weltbevölkerung soll weiter steigen und somit wird die Altersgruppe der über 50 Jährigen an Wichtigkeit gewinnen. Diese Altersgruppe ist gut informiert, gibt auf Reisen durchschnittlich mehr Geld aus und ist aktiv.
Authentizität der Erlebnisse	Durch die Globalisierung rückt die Regionalität verstärkt in den Vordergrund. Authentische Erlebnisse, Produkte und Küche wird durch Reisende vermehrt gewünscht.

4.2.5. Allgemeine Zielgruppen des nachhaltigen Tourismus

Im vorhergehenden Kapitel (siehe 4.2.4) wurde dargelegt, dass die Differenzierung und die exakte Abgrenzung der Zielgruppe für die Entwicklung eines Angebots entscheidend sind. Die klassische Abgrenzung reicht allerdings nicht mehr aus, um die Zielgruppe genau beschreiben zu können. (Forster et al., 2011, S. 15) Grundsätzlich ist für natur- und kulturnahe Angebote die Zielgruppe der «Lifestyle of Health and Sustainability» (LOHAS) entscheidend. Diese lässt sich weiter in vier Untergruppen einteilen. Die «Best Ager», hierbei handelt es sich um Personen im Alter über 50 Jahren. Diese Gruppe ist umweltorientiert, ausgabefreudig und wird in Zukunft an Wichtigkeit zunehmen. (Forster et al., 2011, S. 15) Auf der anderen Seite wird die Zielgruppe der «Familien mit Kindern», die aktivitätsorientiert und das Bedürfnis nach kinderfreundlichen Angeboten hat, in Zukunft an Bedeutung verlieren. Bei der dritten Zielgruppe handelt es sich «Double Income No Kids» (DINKS). Diese Gruppe charakterisiert ein hohes Einkommen sowie der Fokus auf die Karriere und zeichnet sich durch die Sportlichkeit aus. (Forster et al., 2011, S. 15) Die letzte Zielgruppe ist «Gruppen und Schulen» bei dieser Gruppe ist der Aspekt der Umweltbildung (Exkursionen, Naturbeobachtungen) interessant.

4.3. Entwicklung von nachhaltigen Tourismusangeboten

In den vorhergehenden Unterkapiteln wurde auf die übergeordneten Entwicklungen und zukünftigen Trends im nachhaltigen Tourismus eingegangen. Da sich das neue Angebot gemäss diesen Entwicklungen ausrichten soll, werden nun die Grundlagen aufgezeigt, die verwendet werden, um dieser Entwicklung folgen zu können.

4.3.1. Handbuch Tourismus – ganz natürlich!

Um ein umfassendes und nachhaltiges Angebot kreieren zu können, wird das «Handbuch Tourismus – ganz natürlich!» (Forster et al., 2011) herbeigezogen. Dies dient dazu, dass ein qualitativ hochstehendes Angebot entsteht und der Forderung hin zu einer nachhaltigen Entwicklung entspricht. Das Handbuch ist praxisorientiert und verfügt über eine logische aufgebaute Herangehensweise zur Erarbeitung von Angeboten. Dem Kapitel 2.2.3 (Unterkapitel der Methoden) ist zu entnehmen, dass das Handbuch bereits erprobt wurde und daher für die vorliegende Arbeit ausgewählt wurde.

Für das neue Angebot werden primär die Kapitel 6 und 7 des Handbuches verwendet. Das Kapitel 6 zeigt in acht Schritten auf, wie ein Angebot entwickelt werden soll, damit es einer nachhaltigen Entwicklung entspricht. Der erste Schritt setzt sich mit der Ist-Analyse und der Bestandsaufnahme auseinander. Danach folgt die Kreativitätsphase gefolgt von der Vernetzung der Akteure und Nutzung von Synergien. Der vierte Schritt beschreibt die Erarbeitung der konkretisierten Ziele und Inhalte und anschliessend werden die Leistungen und Preise kalkuliert. Der sechste Schritt beschäftigt sich mit der Servicekette und der Organisation. Daraufhin wird die Medienarbeit angedacht und zum Schluss die Qualitätssicherung beleuchtet. Die Aufteilung der Schritte ist hilfreich, denn bei jedem Schritt bestehen Leitfragen, die zur Überprüfung des jeweiligen Schrittes dienen. Wie angedeutet werden für das vorliegende Angebot kleinere Modifikationen der Abfolge der Schritte gemacht. Es wird auf die Kreativitätsphase verzichtet, da diese bereits getätigt wurde. Die Angebotsskizze wird nicht am Ende des vierten Schrittes erstellt, sondern direkt nach Beendigung des Analyseteils. Die Angebotsskizze wird so als Leitfaden für die weitere Erarbeitung verwendet und dient nicht nur zur Standortbestimmung nach Schritt 4.

Das Kapitel 7 wird verwendet zur Überprüfung der Fragebogen der einzelnen Befragungen. Es enthält diverse Checklisten und unterstützt die Relevanz und Vollständigkeit der Fragen.

4.3.2. Exkurs Wirkung

Die Arbeit versucht bei der Zielgruppe und für die Projektbeteiligten eine nachhaltige Veränderung oder Wirkung zu erzielen. Um die Wirkung des Angebots analysieren und belegen zu können, wird das «Kursbuch Wirkung» (Phineo, 2015) benutzt. Es hat sich in der Vergangenheit ebenfalls bewährt und zeigt in detaillierter Form auf, wie die Wirkung eines Projekts oder Angebots vom Impact rückwärts bis zum Input hergeleitet wird. (Phineo, 2015, S. 41) Mit dem Aufbau einer Wirkungslogik kann demonstriert werden, wie sich die einzelnen Schritte verhalten. Zuerst wird die gewünschte Wirkung auf die Gesellschaft aufgenommen. Anschliessend wird die Wirkung auf die Zielgruppe abgeleitet. Der nächste Schritt besteht darin, die notwendigen Leistungen zu definieren und abschliessend werden die Ressourcen definiert. So kann zum einen bestimmt werden, ob die notwendigen Ressourcen vorhanden sind. Zum anderen kann aufgezeigt werden, welches Ziel und welche Strategie durch das neue Angebot verfolgt werden muss um die gewünschte Wirkung erreichen zu können.

5. Zwischenresultat Nachhaltigkeitscheckliste

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der definitiven Ausarbeitung und Anwendung der Nachhaltigkeitscheckliste. Zuerst wird die Erarbeitung der Vorlage zur Verwendung vor Ort demonstriert und anschliessend die eigentliche Anwendung aufgezeigt. Die Anwendung und Auswertung der Checkliste ist als Teil der Ist-Analyse der Feldarbeit zu verstehen, wird aber aufgrund der Chronologie an dieser Stelle angefügt.

5.1. Erstellung der Nachhaltigkeitscheckliste

Im Kapitel 2.2.1 wurde die Nachhaltigkeitscheckliste angedacht und die Kriterien definiert. Die Umsetzung in eine im Feld anwendbare Form (siehe Abb. 5.1) zeigt auf, dass die Nachhaltigkeitscheckliste eine Karte des Gebiets sowie grundlegende Informationen enthält. Ausserdem wurde die Gesamtübersicht zu den einzelnen Kriterien festgehalten. Anschliessend wurden die einzelnen Kriterien aufgelistet und es wurde stichwortartig beschrieben, wie diese zu beurteilen sind. Es wurde pro Kriterium ein Feld für Notizen gelassen. Am Ende der Checkliste wurde ein zusätzliches Feld für übergeordnete Notizen vorgesehen. Im Anhang *6 wurde die Vorlage der erarbeiteten Nachhaltigkeitscheckliste angefügt.

Nachhaltigkeitscheckliste «nachhaltiger Tourismus»

Karte des Gebietes	Infos zum Gebiet Standort: ... Gebietseingrenzung: ... Anzahl Fincas: ... Aufnahmedatum: ____/____/____ / Kürzel: ____
--------------------	---

Überblick Kriterien	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: green; margin-right: 5px;"></div> erfüllt </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow; margin-right: 5px;"></div> teilweise erfüllt </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: red; margin-right: 5px;"></div> nicht erfüllt </div>
«nachhaltiges Management»	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
«Wirtschaft»	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
«Gesellschaft»	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
«Umwelt»	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Kriterien im Detail

*1 Aspekt «nachhaltiges Management»	Notizen
*1 Kriterium «Managementsystem» Managementsystem ist auf nachhaltiger Basis aufgebaut. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Dokumentation / tw. erfüllt = Gedanke vorhanden aber keine Dok. / nicht erfüllt = kein Nachhaltigkeitsgedanke	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*2 Kriterium «Gesetzesbeachtung» Gesetze auf allen Ebenen werden beachtet. erfüllt = Respekt und Einhaltung der Gesetze / tw. erfüllt = Kenntnis der Gesetze aber nicht komplett angewendet / nicht erfüllt = keine Beachtung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*3 Kriterium «Kommunikation» Aktive Kommunikation im Sinne der Nachhaltigkeit. erfüllt = regelmäßige Berichterstattung (Nachhaltigkeitsbericht) / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsbericht vorhanden aber keine regelmäßige Kommunikation / nicht erfüllt = kein Bericht & Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*4 Kriterium «Einbezug der Mitarbeitenden» Miteinbezug der Mitarbeitenden in Nachhaltigkeitsmanagement. erfüllt = aktiver Miteinbezug / tw. erfüllt = Kenntnisse aber kein Miteinbezug in Entwicklung / nicht erfüllt = kein Miteinbezug oder Kenntnisse	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt

Seite 1 von 5

Kriterien im Detail

*1 Aspekt «nachhaltiges Management»	Notizen
*5 Kriterium «Gästefriedenheit» Gästezufriedenheit wird überprüft und Rückmeldung eingeholt. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden und ausgewertet / tw. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Rückmeldesystem	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*6 Kriterium «Genauigkeit der Werbung» Werbematerial und Kommunikation ist akkurat und transparent. erfüllt = Werbung (Bilder, Flyer etc.) akkurat / tw. erfüllt = Werbung nur bedingt akkurat / nicht erfüllt = Werbung ist ungenau	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*7 Kriterium «Infrastruktur und Bauweise» Beachtung lokale Situation und Bauweise & behindertengerecht. erfüllt = lokale Situation beachtet, lokale Bauweise & behindertengerecht / tw. erfüllt = lokale Situation nicht beachtet & lokale Bauweise / nicht erfüllt = kein Rücksichtnahme auf Situation und Bauweise	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*8 Kriterium «Land-, Wasser-, und Eigentumsrechte» Beachtung der Rechte und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden & Konsent der lokalen Bevölkerung dokumentiert / tw. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*9 Kriterium «Nachhaltigkeitsverständnis» Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen sind vorhanden. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen vorhanden / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke oder Verhaltensinstruktionen vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*10 Kriterium «Zusammenarbeit» Zusammenarbeit mit Gemeinden und Entwicklung von nachhaltigem Tourismus. erfüllt = Nachweis zu Mitarbeit in der Gemeinde & Zusammenarbeit mit NGOs / tw. erfüllt = Nachweis zu Mitarbeit in der Gemeinde / nicht erfüllt = keine Mitarbeit in der Gemeinde	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt

*2 Aspekt «Wirtschaft»	Notizen
*11 Kriterium «Unterstützung der Gemeinschaft» Unterstützung beim Bau von öffentlichen Anlagen & Projekten (Klima). erfüllt = Unterstützung (mind. 3 Projekte) / tw. erfüllt = Unterstützung (1 Projekt) / nicht erfüllt = keine Unterstützung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*12 Kriterium «Lokale Anstellung» Chancengleichheit auf Anstellung für lokale Bevölkerung. erfüllt = 80% der Angestellten aus lokaler Bev. / tw. erfüllt = 50% der Angestellten aus lokaler Bev. / nicht erfüllt = weniger als 50% aus lokaler Bev.	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*13 Kriterium «Lokal Einkaufen» Lokalen Unternehmen bei Produkte- und Dienstleistungseinkauf. erfüllt = 80% der P. und D. von lokalen Unternehmen / tw. erfüllt = 50% der P. und D. von lokalen Unternehmen / nicht erfüllt = weniger als 50%	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
*14 Kriterium «Lokale Unternehmen» Unterstützung von lokalen Unternehmen beim Verkauf von P. und D. erfüllt = pro Betrieb mind. 2 Partnerschaften / tw. erfüllt = pro Betrieb 1 Partnerschaft / nicht erfüllt = keine Partnerschaften	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt

Seite 2 von 5

Abb. 5.1 Seite 1 und 2 der Nachhaltigkeitscheckliste

Die Checkliste wurde so gestaltet, dass sie möglichst selbsterklärend gehandhabt werden kann. Es soll auf den ersten Blick das Gebiet erkennbar und der aktuelle Stand der Bewertung der Aspekte ersichtlich sein. Um dies zu bewerkstelligen, wurde mit dem Farbcode (grün, gelb, rot) gearbeitet. Sie sollte ausserdem vor Ort zeiteffizient und ohne langwierige Bewertungsverfahren angewendet werden kann.

Für die Anpassung auf die Situation vor Ort, wurde der übergeordnete Leitfaden der GSTC nur minimal angepasst. Grundsätzlich sind die Kriterien stimmig und die Indikatoren verwendbar. Die Hauptanpassung lag darin, dass die Indikatoren zumeist anhand von vorhandenen schriftlichen Dokumenten geprüft werden. Dies war für die vorliegende Situation ungeeignet, da die Ressourcen zur Erstellung der Dokumente bei den Fincas schlichtweg nicht vorhanden sind. Somit wurde der Fokus eher auf das Gedankengut und die physische Arbeit der Besitzenden der Fincas gerichtet und nicht auf die schriftlichen Unterlagen. Ausserdem wurden zwei Kriterien, «umweltfreundliches Einkaufen» und «effizientes Einkaufen», weggelassen. Das erste Kriterium beschäftigt sich mit dem Vorhandensein von Labels für Zulieferer. Dies hat jedoch in Bolivien keinen hohen Stellenwert. Das zweite Kriterium beschäftigt sich mit der Abfallwiederverwertung und der Verwendung von Recyclingprodukten. Auch bei diesem Kriterium steht Bolivien noch in den Kinderschuhen und es wäre daher nicht zweckdienlich dieses Kriterium zu überprüfen.

Es wird davon ausgegangen, dass die Nachhaltigkeitscheckliste nur in Zusammenarbeit mit der Bachelorarbeit angewendet wird. Würde sie in Zukunft vermehrt angewendet und käme es zu einem regelmässigen Einsatz in der Praxis, müsste eine separate Bedienungsanleitung erstellt werden. Dies damit eine Anwendung ohne Konsultierung der Bachelorarbeit möglich wäre. Eine Bedienungsanleitung ebenfalls im Rahmen dieser Arbeit zu erstellen, wäre nicht realisierbar gewesen und entspricht nicht den definierten Zielen.

5.2. Anwendung und Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste

In Zukunft soll die Kooperation zwischen den Fincas gefördert werden. Daher wurde die Nachhaltigkeitscheckliste nicht bei jeder einzelnen Finca angewendet. Die bestehenden Übernachtungsmöglichkeiten wurden vielmehr als Zusammenschluss betrachtet und somit gemeinsam beurteilt.

Die Checkliste wurde aufgrund der Besuche der Fincas ausgefüllt und falls notwendig mit zusätzlichen Informationen durch die Besitzenden der Fincas ergänzt. Ein abgefasstes Transkript mit den gesamten Ergebnissen ist dem Anhang 07 zu entnehmen.

Aus der Übersicht der Auswertung geht hervor (siehe Abb. 5.2), dass bereits Anstrengungen in Richtung Nachhaltigkeit unternommen werden. Generell kann gesagt werden, dass mit wenig Anpassungen eine hohe Nachhaltigkeit erreicht werden kann.

Überblick Kriterien



Abb. 5.2 Überblick der Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste

Die Auswertung der Checkliste zeigt, dass beim Aspekt «nachhaltiges Management» fünf Kriterien als erfüllt beurteilt wurden. Die Gesetze werden beachtet, Eigentumsrechte sind vorhanden und die Mitarbeiter werden miteinbezogen. Die vorhandenen Werbungen sind akkurat und die Infrastruktur wurde in die Umgebung eingeplant. Die restlichen fünf Kriterien sind teilweise erfüllt. Die Kommunikation, das übergeordnete Management, die Überprüfung der Gästezufriedenheit und die übergeordnete Zusammenarbeit könnte daher verbessert werden.

Beim zweiten Aspekt «Wirtschaft» sind ebenfalls fünf Kriterien als erfüllt gewertet worden. Hierbei handelt es sich um die Unterstützung der lokalen Gemeinschaft, die lokale Anstellung und die Wahrung des Zugangs zu öffentlichen Dienstleitungen und der Arbeitsbedingungen. Teilweise erfüllt sind die Kriterien lokales Einkaufen, Ausbeutung und Chancengleichheit. Hierbei ist allerdings hervorzuheben, dass diese nicht per se nicht erfüllt sind, sondern vermehrt darüber kommuniziert werden sollte. Nicht erfüllt ist das Kriterium der Zusammenarbeit mit lokalen Händlern. Dies könnte in Zukunft forciert werden.

Beim Aspekt «Gesellschaft» wurden die Kriterien zum Schutz und Präsentation des Kulturellen Erbes sowie der Wahrung der lokalen Identität als erfüllt betrachtet. Nicht erfüllt ist jedoch das Kriterium kulturelle Interaktion. Hierbei ist allerdings wiederum auf die fehlende Kommunikation dessen hinzuweisen.

Beim letzten Aspekt «Umwelt» sind sieben Kriterien erfüllt. Hierbei handelt es sich um den Umgang mit Wild- und domestizierten Tieren sowie deren Handel. Auch erfüllt sind die Kriterien Abfall- und Abwasserentsorgung, Reduktion der Verschmutzung und Schutz der Biodiversität. Teilweise erfüllt sind die Energie- und Wassereffizienz, Transport, Umgang mit gefährlichen Substanzen, CO² Reduktion und Besuch von Naturgebieten. Nicht erfüllt ist das Kriterium zu den invasiven Spezies. Bei diesem Aspekt könnte durch einen vermehrten Einsatz von erneuerbaren Energien und Anstrengungen in Richtung CO² Neutralität eine höhere Nachhaltigkeit erreicht werden.

Die Auswertung der Checkliste zeigte, dass es für ein nachhaltiges Angebot von Vorteil wäre, eine übergeordnete Managementstruktur einzuführen. Diese sollte sich mit der Ausarbeitung der fehlenden Leitfäden (Gleichstellung, Nachhaltigkeitsgedanken, Beschwerdesystem) und Kommunikation rund um die Nachhaltigkeit beschäftigen. Ausserdem wäre ein verstärkter Fokus auf die Zusammenarbeit mit lokalen Kunsthandwerkern und den Gebrauch von erneuerbaren Energien anzustreben. Als Letztes wird der ungenügende Internetauftritt erwähnt, dieser sollte bei der Ausarbeitung des Angebots zwingend beachtet werden. Diese Punkte wurden soweit als möglich bei der Planung des neuen Angebots in Erwägung gezogen.

6. Resultate der Feldarbeit

Die Feldarbeit beschäftigt sich konkret mit der Ausarbeitung des neuen Angebots. Der erste Teil besteht aus den erstellten Analysen und der zweite Teil aus den ausgearbeiteten Grundlagen für das neue Angebot.

6.1. Ergebnisse der Ist-Analyse

6.1.1. Aktuelle Situation des Tourismus in Sucre

Die genaue Anzahl der internationalen Touristen, die Sucre besuchen, ist gemäss den Experteninterviews nicht exakt zu eruieren. (Sainz, 2017) Die Schätzungen liegen zwischen 20'000 - 40'000 Personen pro Jahr. (Commandeur, 2017) Es kann gesagt werden, dass die Touristen sich rund 2 - 3 Tage in der Stadt Sucre aufhalten aber rund eine Woche bräuchten um diese mitsamt dem Umland kennenzulernen. (Sainz, 2017) Ausserhalb von Sucre gibt es einige Angebote, allerdings könnten durchaus mehr bestehen. Für Wanderungen und Aktivitäten stehen vereinzelte Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung, diese sind bisher aber nur in den touristischen Orten vorhanden und oftmals von minderem Ausbaustandard. (Cueler, 2017) Die touristische Entwicklung in den letzten 20 Jahren kann als stagnierend oder sehr langsam ansteigend bezeichnet werden. Dies hängt zum Teil mit der ungenügenden Vermarktung der Stadt Sucre und Bolivien zusammen. (Commandeur, 2017) Somit wurde erkannt, dass ein Potenzial für weitere Angebote besteht. Daher wurde die Ausarbeitung eines Angebots als sinnvoll erachtet. Die Transkription der Befragungen ist dem Anhang °8 zu entnehmen.

6.1.2. Lokales Tourismusangebot

Aufgrund der Befragungen zum bestehenden touristischen Angebot ergab sich, dass bis auf zwei Ausnahmen alle befragten Agenturen nur die Tour zum Krater von Maragua auflisten. Davon bieten nur drei Anbieter Touren von mehr als zwei Tagen an. Die Preise für zwei Personen und zwei Tage sind sehr unterschiedlich und intransparent. Diese können, je nach Anbieter und Leistungsabdeckung, zwischen 840 bolivianischen Bolivianos (BOB) und 3'010 BOB liegen. Somit wurde auch an dieser Stelle erkannt, dass ein Potenzial für weitere mehrtägige Angebote vorhanden ist. Eine detaillierte Zusammenstellung der Befragungen ist dem Anhang °9 zu entnehmen.

6.1.3. Bestandsaufnahme der Fincas

Insgesamt wurden zehn Fincas besucht und befragt. Bei der Auswertung der Fragebogen haben sich folgende zentralen Punkte (siehe Tab. 6.1) herauskristallisiert, die für den weiteren Verlauf der Angebotsentwicklung beachtet wurden. Es hat sich gezeigt, dass durch die Besitzenden der Fincas diverse Themen (Natur, Kultur, Geschichte) im Vordergrund stehen, die in ein Angebot eingebaut werden können. Für ein funktionierendes Angebot sollten die Preise und Leistungen sowie die Standards (aufgrund der Zielgruppen) aufeinander abgeglichen werden. Ebenfalls mussten die Verbindungen der Fincas wegen den Distanzen beachtet werden. Weiter mussten die unterschiedlichen Übernachtungskapazitäten und die zusätzlichen Aktivitäten (Schwimbäder, Sauna, Fahrräder) miteinbezogen werden. Als letzter Hinweis ist zu erwähnen, dass alle Betreibenden der Fincas jahrelange Erfahrung im Tourismus und ein Interesse an dessen Intensivierung haben. Die gestellten Fragen bei den Besuchen der Fincas wurden transkribiert und sind dem Anhang 3 zu entnehmen.

Tab. 6.1 Zentrale Erkenntnisse aus den Befragungen der Fincas

-
- °1 Es gibt drei zentrale Aspekte, die durch die Fincas abgedeckt werden. Ein Teil der Fincas beschäftigen sich mit der Natur (Wiederaufforstung, Ökotourismus), ein Teil beschäftigt sich mit der Inwertsetzung der andinen Kulturen und der dritter Teil beschäftigt sich mit der präsidentialen Geschichte von Bolivien (geschichtsträchtige Fincas, zum Teil Wohnsitze von ehemaligen Präsidenten von Bolivien).
 - °2 Die Preise (zwischen 30 BOB-950 BOB; pro Person und Nacht) und Leistungsabdeckungen (mit Frühstück, Transport und Führer etc.) der Fincas sind sehr unterschiedlich und müssen für ein kohärentes Angebot angeglichen oder bei der Kombination der Produkte beachtet werden.
 - °3 Die Zielgruppen (Rucksacktouristen, obere Klasse, Gruppen oder Paare, Einheimische oder Ausländer) der einzelnen Fincas variieren und müssen bei der Kombination der Orte ebenfalls beachtet werden.
 - °4 Der Weg zwischen den Fincas muss aufgrund der Geografie und Distanz sowie unterschiedlicher Beziehungen zu den ansässigen Kommunen zum Teil mit dem Auto bewerkstelligt werden.
 - °5 Der Grossteil der Fincas hat viel Erfahrung (zum Teil Jahrzehnte) im Tourismus.
 - °6 Alle Fincas bieten zusätzliche Produkte (Spaziergänge, Beobachtungen, Schwimbäder) an, die in ein Angebot eingebaut werden können.
 - °7 Die maximale Übernachtungskapazitäten der einzelnen Fincas ist unterschiedlich (zwischen 4 - 68 Personen).
 - °8 Die Fincas sind unterschiedlich erreichbar, einige mit dem öffentlichen Verkehr oder Taxi und andere nur mit privatem Transport.
 - °9 Die Werbung und das Marketing aller Fincas ist ungenügend und muss grundlegend verändert und verbessert werden. Auch muss bei einem übergeordneten Angebot der Internetauftritt strukturiert und auf einen aktuellen Stand gebracht werden.
 - °10 Allen Besitzenden der Fincas ist es ein Anliegen den Tourismus in Zukunft zu intensivieren und sind bereit an einem übergeordneten Angebot mitzuarbeiten.
-

6.1.4. Akteuranalyse

Die Akteuranalyse wurde als Grafik dargestellt und ist der folgenden Abbildung (siehe Abb. 6.1) zu entnehmen. Es geht hervor, dass die Projektbeteiligten (°1-°4) rund um den «Finca Trail» am wichtigsten für das neue Angebot sind. Diese müssen dementsprechend aktiv bei der definitiven Ausarbeitung und Ausführung des Angebots miteinbezogen werden. Zu beachten ist ausserdem die Konkurrenz (°7). Diese hat einen geringen Einfluss, da die notwendigen Infrastrukturen (Fincas) nur begrenzt vorhanden sind. Somit kann das neue Angebot nicht ohne grosse Anstrengungen und hohen finanziellen Aufwendungen kopiert werden. Dies wurde als Vorteil bei der Angebotsrealisierung gewertet. Die Akteure im oberen linken Bereich (°6, °8 - °10) wurden für die Angebotsrealisierung nicht miteinbezogen, da das Angebot auf einer privaten Initiative gründet und der Wunsch auf Verzicht zur Zusammenarbeit mit den Behörden geäussert wurde. Die Akteure des unteren rechten Bereiches wurden ebenfalls nicht in die Planung miteinbezogen, da die Touristen und Mitarbeitenden keinen Einfluss auf die Angebotsinitiiierung haben. Die detaillierte Aufstellung der Analyse ist dem Anhang °10 zu entnehmen.

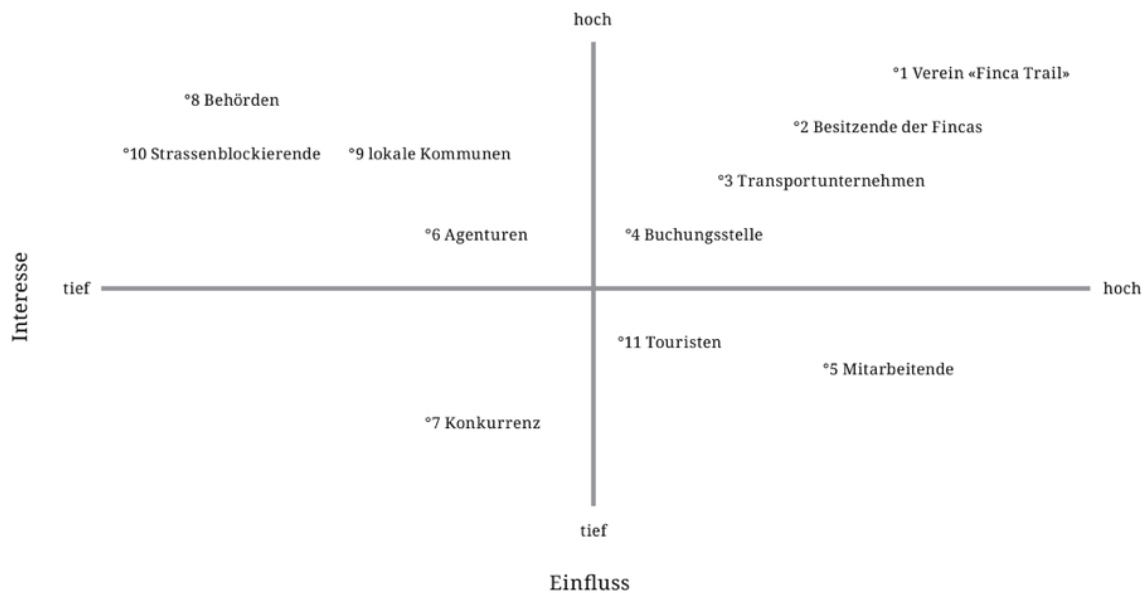


Abb. 6.1 Grafik des Interesses und des Einflusses der relevanten Akteure für das neue Angebot

6.1.5. Wirkungsanalyse

Durch die Erstellung des neuen Angebots soll die Bekanntheit der Fincas und des Umlandes von Sucre gesteigert werden. Dies wurde durch die Wirkungslogik (siehe Abb. 6.2) demonstriert. Somit kann das gewünschte Ziel, mehr Touristenübernachtungen in den Fincas zu haben, langfristig erreicht werden.

Input (Ressourcen)	Output (Leistungen)	Outcomes (Wirkung für Zielgruppe)	Impact (Wirkung für Gesellschaft)
<ul style="list-style-type: none"> -Übernachtungsmöglichkeiten - Transportmittel - gepflegte Anlagen - geführte Touren - Werbung - Zusammenarbeit - Vernetzung 	Die Zielgruppe (vornehmlich internationale Touristen), soll durch die Vernetzung der Fincas und intensive Bewerbung des neuen Angebots die Möglichkeit erhalten die Fincas und das Umland von Sucre zu entdecken.	Durch das neue Angebot soll die Zielgruppe für die Schönheiten und Eigenheiten der Fincas und des Umlandes von Sucre sensibilisiert werden und diese in einer mehrtägigen Tour besuchen.	Die Fincas und das Umland von Sucre sollen bei der Gesellschaft, Touristen wie auch Einheimische, als Erholungs- und Ausflugsziele bekannt sein.

Abb. 6.2 Wirkungslogik des neuen Angebots

6.1.6. SWOT-Analyse

Für die Angebotsinitiierung wurden folgende Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken erkannt (siehe Tab. 6.2, nächste Seite). Die Stärken der Fincas sind, dass diese bereits betriebsbereit sind und daher keine grossen Investitionen getätigt werden müssen. Weiter bestehen intakte Natur- und Kulturlandschaften und viel Erfahrung im Tourismus. Die Schwächen beziehen sich auf die Unbekanntheit der Fincas, deren Attraktionen und ihren unterentwickelten Internetauftritt, der nicht dem heutigen Stand der Technik entspricht. So fehlen zum Beispiel ein Auftritt bei tripadvisor.com oder google.com/maps. Somit wurde erkannt, dass für die Angebotsentwicklung ein Fokus auf den Internetauftritt gelegt werden muss. Die Chancen bei der Angebotsinitiierung sind das bisher kleine Angebot im Umland von Sucre und das steigende Bewusstsein für Umwelt und Fairness sowie Interesse an Natur- und Kulturtourismus. (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 141-142) Ausserdem sollte die Zielgruppe der «Best Agers» miteinbezogen werden, die in Zukunft ebenfalls an Bedeutung gewinnen wird. (Forster et al., 2011, S. 15) Risiken sind die Abhängigkeit der lokalen Tourismusagenturen, die Zusammenarbeit mit den lokalen Kommunen und das Ausbleiben der Gäste aufgrund von Zeitmangel in Bolivien. Diese Risiken können angegangen werden, indem die Zusammenarbeit aktiv gefördert wird.

Aus der SWOT-Analyse wurden einige wichtige Punkte und Strategien für die Angebotsentwicklung erkannt. Es war nötig, dem zukünftigen Internetauftritt grosse Beachtung zu schenken und die aktive Zusammenarbeit mit den lokalen Agenturen und Kommunen musste den Projektbeteiligten kommuniziert werden. Auf das Risiko der ausbleibenden Gäste wurde ebenfalls Rücksicht genommen. Hierbei wurde versucht unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen; unter anderen die «Best Agers», die wie aufgezeigt, in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Die Heterogenität der Fincas wurde auch berücksichtigt. Dieser Punkt wurde entschärft, indem verschiedene Routen gebildet und jeweils ähnliche Fincas (nach Themengebieten, Ausbaustandard) verbunden wurden.

Tab. 6.2 SWOT-Analyse der Fincas

	Intern	
Stärken		Schwächen
Betriebsbereite und funktionierende Fincas (bestehende Produkte)		Unbekanntheit der Fincas (als Übernachtungsmöglichkeit) und deren Natur- und Kulturattraktionen
Authentische Kultur- und Naturlandschaft		Heterogenität des Ausbaustandards und Leistungsabdeckung der Fincas
Ein Grossteil der Betreibenden der Fincas haben jahrelange Erfahrung im Tourismus		unterentwickelter Internetauftritt
Chancen		Risiken
Es gibt wenig touristische Angebote im Umland von Sucre		Verkauf des zukünftigen Angebots via der lokalen Touranbieter
Steigendes Bewusstsein für Umwelt- und Fairness und Interesse an der lokalen Kultur und Natur durch die Touristen		Zusammenarbeit mit den lokalen Kommunen
Das Projekt ist auch für die Zielgruppe der «Best Agers» geeignet		Ausbleiben der Gäste aufgrund des Zeitmangels (bei langen Reisen durch ganz Bolivien)
	Extern	

6.2. Grundlagen des neuen Angebots

Wie angedeutet wurden die folgenden Unterkapitel auf der Basis der Angebotsskizze (siehe Anhang °2) erarbeitet. Dem vorhergehenden Unterkapitel der Feldarbeit (siehe Kap. 6.1) ist zu entnehmen, dass die ursprüngliche Projektidee umgesetzt und ein Angebot entwickelt werden konnte.

6.2.1. Ziel und Strategie

Das erklärte Ziel der Ausarbeitung beruht auf der Wirkungsanalyse (siehe Kap. 6.1.5). Die Fincas sollen in einem Angebot miteinander verbunden werden. Dies soll dazu führen, dass mehr Touristen die Fincas besuchen und diese dadurch bekannter werden. Auch soll durch die Verknüpfung eine bessere Vermarktung ermöglicht werden. Die Strategie, um dieses Ziel zu erreichen, beinhaltet die Erstellung von mehreren Routen sowie die gemeinsame Vermarktung im Internet und bei den lokalen Agenturen.

6.2.2. Zielgruppen für das Angebot

Das Angebot wurde primär für Paare und kleine Gruppen bis sechs Personen konzipiert. Da ein Grossteil der internationalen Reisenden in Bolivien zwischen 20 – 39-jährig sind (Weber, 2016, S. 64), wurde der Fokus auf diese Zielgruppe gelegt. Ausserdem haben die Reisenden in Bolivien ein hohes Interesse an Kultur und Natur, was der übergeordneten Themenverortung entspricht. (Weber, 2016, S. 61) Diese Zielgruppe verfügt über ein Tagesbudget von bis zu 80 US-\$ (Weber, 2016, S. 69), was bei der Ausarbeitung des Angebots ebenfalls miteinbezogen wurde. Weiter wurde die Zielgruppe der «DINKS», die sich durch ein Interesse an sportlichen Aktivitäten charakterisiert (Forster et al., 2011, S. 15), beachtet. Es wurde bei der Ausarbeitung darauf geachtet, dass Wanderungen und Fahrradtouren eingebaut sind. Eine weitere Zielgruppe ist die «Best Ager». Diese wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen und ist umweltorientiert. (Forster et al., 2011, S. 15) Deshalb wurde ein Teil des Angebots ohne hohe körperliche Anstrengungen konzipiert.

Der lokale Tourismusmarkt wurde im Rahmen dieser Arbeit nur bedingt behandelt aufgrund der fehlenden Hintergrundinformationen des inländischen Tourismus. Allerdings wird hervorgehoben, dass grundsätzlich das Bildungsniveau auf der Welt steigt und eng mit der Nachfrage nach Outdooraktivitäten zusammenhängt. (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 141-142) Daraus wurde geschlossen, dass in Zukunft der lokale Tourismusmarkt an Bedeutung gewinnen könnte. Wird dieser Markt erschlossen, kann ausserdem die Abhängigkeit vom internationalen Tourismus abgeschwächt werden.

6.2.3. Synergien und Organisation

Von den zehn untersuchten Fincas wurden acht für die Ausarbeitung des Angebots verwendet. Dies hängt mit dem unattraktiven Standort der «Hacienda Santa Catalina» in der Peripherie der Stadt Sucre zusammen. Ausserdem wurde auf die «Hacienda Kantu Nucchu» als Übernachtungsstandort verzichtet, da der Ausbaustandard der Finca ungeeignet ist um Touristen zu empfangen. Diese Finca wurde jedoch in eine der Routen als Besuchsort eingebaut.

Um den Transport zwischen den Fincas zu bewerkstelligen, wurden zum einen die jeweils eigenen Transportmittel der Fincas verwendet und zum anderen mit William Nuñez zusammengearbeitet (Bestandsaufnahme siehe Anhang °4). Er besitzt ein Transportunternehmen, das nicht nur über Autos sondern auch über Fahrräder verfügt. Zusätzlich wurde mit Julio Uriarte zusammengearbeitet (Bestandsaufnahme siehe Anhang °4). Er ist Inhaber eines Unternehmens, das Touren mit Pferden im Umland von Yotala anbietet. Es wurde angedacht, dass das Angebot übergeordnet durch eine Agentur buchbar wird. Hierzu wurde die Firma «Turismo Sucre» vorgeschlagen. Diese Agentur verfügt über die Übernachtungsmöglichkeit in Jatun Yampara und hat die Ressourcen, um als Buchungsstelle zu fungieren. Das «Casa de Turismo» soll als Werbestelle verwendet werden. Aufgrund der fehlenden Lizenz zum Verkauf von Dienstleistungen wurde allerdings darauf verzichtet, dieses als Buchungsstelle zu verwenden.

Auf die Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden soll vorerst verzichtet werden, da es sich um ein privates Angebot handelt.

Die übergeordnete Organisation des «Finca Trails» wurde aufgrund der Erkenntnisse aus der Nachhaltigkeitscheckliste in Form eines Netzwerks angedacht (Organigramm, siehe Abb. 6.3, nächste Seite). Dieses soll über einen Vorsitz und Marketingverantwortlichen verfügen. Das Netzwerk wird sich mit der Bewerbung des «Finca Trails» beschäftigen und Leitfäden zum Umgang mit der Umwelt, lokalen Kulturen und eines Nachhaltigkeitsgedankens sowie dessen Kommunikation verfassen. Ausserdem wird durch das Netzwerk ein Beschwerdesystem für die lokale Bevölkerung eingerichtet und bewirtschaftet. Das Netzwerk soll durch Mitgliederbeiträge der Besitzenden der Fincas und Transportunternehmen sowie den Einnahmen aus dem Verkauf der neuen Routen finanziert werden.



Abb. 6.3 Organigramm des Netzwerkes und zentrale Aufgaben

6.2.4. Alleinstellungsmerkmale

Für das Angebot kristallisierten sich drei zentrale Alleinstellungsmerkmale (USP) heraus. Zwei der Fincas sind sehr geschichtsträchtig und boten sich daher an, in eine historische Route integriert zu werden. Ein weiterer USP sind die wiederaufgeforsteten Wälder bei Aritumayu, Bramdero und Cajamarca. Die Wälder sind in ihrer Form einzigartig in der Region. Als Drittes wurde die intakte andine Kultur miteinbezogen. Diese wird zum Teil bereits durch andere Agenturen vermarktet, allerdings ist diese allgegenwärtig in der Region und war daher unverzichtbar bei der Ausarbeitung eines Angebots. Ausserdem wurde bei der Erstellung der Routen darauf geachtet, dass der Krater von Maragua und der Sonntagsmarkt von Tarabuco miteinbezogen wurden. Diese sind lokale USP's und bereits bekannt bei den Touristen.

6.2.5. Buchungsstelle und Preise

Die Organisation der Buchung soll übergeordnet durch die Firma «Turismo Sucre» bewerkstelligt werden. Wie im Kapitel 6.2.3 beschrieben, verfügt diese Firma über die notwendigen Ressourcen, um die Organisation zu bewerkstelligen. Das Angebot soll jedoch nicht ausschliesslich bei «Turismo Sucre» gebucht werden können. Es wurde angedacht, dass das Angebot bei jeder Agentur gebucht werden kann. Allerdings soll die Organisation der Touren nur durch «Turismo Sucre» organisiert werden, um die Qualität und Konstanz des Angebotes zu gewährleisten. Wird eine Tour durch eine andere Agentur verkauft, wird eine Kommission von 10% gewährt. Hervorzuheben ist, dass die Preise für den Endkunden unveränderbar sind und dies vertraglich mit den Agenturen festgehalten wird. Für die Arbeit von «Turismo Sucre» wurde eine Kommission von 7% vorgeschlagen.

Die Kommunikation mit den einzelnen Akteuren erfolgt via Email und Telefon. Um die Gästezufriedenheit überprüfen zu können, soll das Rückmeldesystem von «Turismo Sucre» benützt werden. In der Leistungsvereinbarung wird festgehalten, dass die Buchungsstelle in regelmässigen Abständen die Besitzenden der Fincas über die Zufriedenheit der Gäste informiert. Es wurde vorgeschlagen, dass die beteiligten Akteure der Fincas und die Mitarbeiter der Buchungsstelle alle Fincas besuchen. Dies soll die Kenntnisse über das Angebot schärfen und die Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerks «Finca Trail» stärken und vereinfachen.

Die Preise der einzelnen Routen liegen zwischen 47 US-\$ und 87 US-\$ pro Person und Tag (detaillierte Aufstellung 1-6 Personen siehe Anhang °11). Wird allerdings der Tagespreis für zwei Personen betrachtet, geht hervor, dass der Preis sinkt (43 US-\$ und 66 US-\$) und sich unterhalb des maximalen Tagessatzes, von 80 US-\$ pro Person, platziert. (Weber, 2016, S. 69) Dies hängt mit den Transportkosten zusammen, die sowohl für eine als auch für mehrere Personen jeweils denselben Betrag aufweisen. Bei einer Buchung ab zwei Personen sind somit alle Routen für den Grossteil der Reisenden in Bolivien erschwinglich. Bei einer individualisierten Route wurde generell ein Aufpreis von 20% vorgeschlagen. Dieser wurde aber nicht in die Preiszusammenstellung eingerechnet, da dies den Endbetrag drastisch verändert hätte.

Bei der Buchung des Angebots ist prinzipiell kein Preiserlass inbegriffen. Es ist daher gleich teuer wie die Buchung der einzelnen Fincas. Dies wurde mit der Einmaligkeit des Angebots sowie der Unzugänglichkeit der Fincas mit dem öffentlichen Verkehr begründet und somit nicht als Nachteil angesehen. Für einen Vergleich konnten keine Konkurrenzangebote herangezogen werden, da die bestehenden Angebote zum Krater von Maragua reine Wanderungen sind. Aufgrund der Exklusivität des Angebots und der Form des Transportes sowie der Qualität der Übernachtungsmöglichkeiten wurde das Angebot allerdings als konkurrenzfähig betrachtet.

6.2.6. Werbung und Marketing

Das Internet als Informationsquelle ist heute nicht mehr wegzudenken und wird durch eine Mehrheit der Reisenden genutzt. (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 143) In diesem Sinne wurde der Fokus bei der Vermarktung ebenfalls auf das Internet gelegt. Das Angebot «Finca Trail» soll primär auf der Internetseite «soysucre.info» beworben werden. Diese Seite wird durch Marco Birchler bewirtschaftet und wird alle Informationen zum Angebot und den einzelnen Fincas enthalten.

Es wurde vorgeschlagen, dass alle beteiligten Fincas auf «google.com/maps» verortet und bei «tripadvisor.com» eingetragen werden. Dies bietet den Vorteil, dass die Eintragungen kostenlos sind und so Hinweise zur Gästezufriedenheit erkennbar werden. Auf dem lokalen Markt in Sucre soll das Angebot durch verschiedene Agenturen angeboten werden. Ausserdem wurde angedacht, in La Paz, Santa Cruz und Uyuni mit jeweils einer Agentur zusammenzuarbeiten, damit Reisende bereits vor der Ankunft in Sucre über die Angebote Kenntnisse haben. In Uyuni soll mit der Agentur «red planet expedition» zusammengearbeitet werden. Diese Agentur wurde vorgeschlagen, weil sie bereits mit dem «Casa de Turismo» in Sucre zusammenarbeiten. Für La Paz und Santa Cruz muss noch eine geeignete Agentur, durch die Projektinitiatoren, bestimmt werden. Nach der Angebotslancierung wird eine Infoveranstaltung für die betreffenden Agenturen und lokalen Zeitungen abgehalten. So kann das Angebot eingehend erklärt und öffentlich bekannt gegeben werden. Dies soll indirekt auch die Mund zu Mund Propaganda fördern.

6.2.7. Zeitplanung und Meilensteine

Für den definitiven Start des Angebots wurde ein Zeitplan aufgestellt (siehe Tab. 6.3) und es wurden die wichtigsten Meilensteine definiert.

Tab. 6.3 Zeitplan der Initiierung

Nr.	Tätigkeit	August 17	September 17	Oktober 17 - Dezember 17
°1	Vorstellung des Projekts	Ende August 17		
°2	Entscheid Projektinitierung			
°3	Gründung des Netzwerkes			
°4	Vertragsabschluss mit den Agenturen und Publizierung im Internet			
°5	Startveranstaltung mit den Agenturen und Zeitungen			Ende Dezember 17

Meilensteine = (•)

Für das Projekt wurden ferner Ziele für die ersten fünf Jahre definiert. Diese dienen zur Überprüfung, ob das Angebot angepasst werden muss und ob es das definierte Ziel (siehe Kap. 6.2.1) erreicht wird. Im ersten Jahr soll sich durch den Verkauf der Routen die Übernachtungsanzahl der Fincas um 5% erhöhen. Im zweiten und dritten Jahr jeweils um 10% und es soll im dritten Jahr eine zusätzliche Route entstehen.

Im vierten und fünften Jahr soll sich die Bettenauslastung jeweils um 15% erhöhen und im fünften Jahr eine weitere Route erstellt werden. Nach den ersten fünf Jahren sind wiederum Ziele für die folgenden fünf Jahre zu definieren.

6.2.8. Initiierungs- und Betriebskosten

Die Initiierungs- und Betriebskosten für das Angebot sind der untenstehenden Tabelle zu entnehmen (siehe Tab. 6.4). Es zeigte sich, dass die Initiierung bei 4'000 BOB und die Betriebskosten pro Jahr bei 2'000 BOB liegen. Die Initiierungskosten wurden eher tief angesetzt. Dies hängt damit zusammen, dass ein Grossteil der Vorarbeit in Eigenleistung erstellt wurde und für die Präsentationen Räume ohne Unkosten zur Verfügung standen. Die Betriebskosten wurden ebenfalls relativ tief angesetzt, weil die Werbung im Internet zu einem Grossteil kostenlos ist.

Tab. 6.4 Initiierungs- und Betriebskosten sowie Finanzierung des Angebots

Initiierungskosten	Total BOB	4'000.-
Netzwerkgründung (Planung und Organisation)	BOB	300.-
Ausarbeitung des Werbematerials	BOB	Eigenleistung
Druck des Werbematerials (10'000 Stk.)	BOB	1'500.-
Werbung im Internet (soysucre.info, tripadvisor.com)	BOB	Eigenleistung
Markenschutz «Finca Trail»	BOB	1'000.-
Souvenirs vom «Finca Trail» (80 Stk., Schlüsselanhänger)	BOB	800.-
Reserve 10%	BOB	400.-
 Betriebskosten pro Jahr	 Total BOB	 2'000.-
Werbung (Druck Werbematerial, Souvenirs, Marketing)	BOB	1'500.-
Reserve	BOB	5'00.-
 Finanzierung des Angebots	 Total BOB	 4'000.-
Netzwerk «Finca Trail» (Mitgliederbeitrag pro Mitglied, 400 BOB)	BOB	4'000.-
 Finanzierung der Betriebskosten	 Total BOB	 2'000.-
Netzwerk «Finca Trail» (1-3% der Verkäufe des neuen Produktes)	BOB	2'000.-

Die Initiierung des Angebots soll durch den Mitgliederbeitrag des Netzwerkes bezahlt werden. Die laufenden Kosten pro Jahr sollen jeweils durch einen Prozentsatz der Einnahmen des Verkaufs des neuen Angebots gedeckt werden. Folglich müssen die Mitglieder des Netzwerkes den Mitgliederbeitrag nur einmalig leisten.

6.2.9. Qualitätssicherung

Die Qualitätssicherung nimmt eine wichtige Rolle ein. Diese kann allerdings erst nach der Angebotsinitialisierung angegangen werden. Hierzu wurden einige zentrale Punkte hervorgehoben. Wichtig ist die Bewirtschaftung des Internets. Dies sollte mindestens wöchentlich geschehen und ist ein wichtiger Indikator für die Gästezufriedenheit. Zusätzlich sollte in regelmässigen Abständen die Funktion der Servicekette überprüft werden. Für die Weiterentwicklung des Angebots ist das Netzwerk zuständig und bei den Zusammenkünften sollte über die Weiterentwicklung des Angebots diskutiert werden. Um zu beurteilen, ob die Routen wie angedacht funktionieren, sollte durch das Netzwerk eine Analyse der Buchung der einzelnen Routen gemacht werden.

7. Das neue Angebot, Endresultat

Dieses Kapitel präsentiert die erarbeiteten Routen und zeigt die erstellten Visualisierungen auf. Es wurde für die Projektinitiatoren eine Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung in Form einer Zusammenfassung kreiert, die an dieser Stelle ebenfalls vorgestellt wird. Weiter wird auf die schliessenden Erkenntnisse der Überprüfung der Servicekette und die erste Rückmeldung durch die Projektinitiatoren eingegangen.

7.1. Die vier Routen

Grundsätzlich wurden vier Routen angedacht. Drei der Routen wurden jeweils einem Themengebiet (Geschichte, Natur, Kultur) zugeordnet. Die vierte Route stellt eine Mischung aus Geschichte und Natur dar und soll eher das obere Preissegment sowie die Zielgruppe der «Best Ager» ansprechen. Pro Route wurde jeweils eine tabellarische Übersicht der detaillierten Leistungsbausteine und der betreffenden Leistungstragenden sowie der Aktivitäten der Touristen erstellt. Diese ist in umfassender Form dem Anhang °13 zu entnehmen. Folgend sind nun die wichtigsten Eck- und Höhepunkte der Routen dargestellt.

7.1.1. Route °1 «Hidden Gems, cultural encounter»

Die erste Route befasst sich mit den lokalen Kulturen. Diese Route wird nur am Wochenende, von Samstag bis Montag, durchgeführt. Dies hängt mit dem Besuch des Marktes von Tarabuco zusammen, der nur am Sonntag stattfindet. Am ersten Tag der Tour wird das indigene Dörfchen Jatun Yampara (siehe Abb. 7.1) besucht inklusive einem Spaziergang im nahegelegenen Dorf Yamparaez und zu dessen Aussichtspunkt. In Jatun Yampara wird die erste Übernachtung stattfinden. Am zweiten Tag wird der lokale Markt von Tarabuco besucht. Anschliessend wird ein Spaziergang zum Dorf Picili unternommen, wo auch übernachtet wird. Am dritten Tag führt ein Spaziergang zurück nach Tarabuco. Von dort aus fährt ein privater Transport zurück nach Sucre. Die Route steht im Zeichen des Kennenlernens und Entdeckens der andinen Kultur sowie des Geniessens der Landschaft. Der Höhepunkt ist der Besuch des lokalen Marktes in Tarabuco.



Abb. 7.1 Kapelle in Jatun Yampara

7.1.2. Route °2 «Hidden Gems, naturally beautiful»

In der zweiten Route wird der Fokus auf die Natur gelegt und eher die sportliche Zielgruppe angesprochen. Der erste Tag beginnt mit einer Fahrradtour nach Cajamarca. Am Nachmittag steht Zeit zur individuellen Erkundung der Finca und deren Wald zur Verfügung. In der Finca in Cajamarca wird die erste Übernachtung stattfinden. Der zweite Tag beginnt mit einem Spaziergang zur Finca in Aritumayu. Am Nachmittag steht ebenfalls Zeit zur individuellen Gestaltung auf



Abb. 7.2 Besichtigung des Waldes bei Aritumayu (Birchler, 2017)

der Finca und deren Wald zur Verfügung (siehe Abb. 7.2). Der dritte Tag beginnt wiederum mit einer Fahrradtour nach Tejahuasi, wo auch übernachtet wird. Der Nachmittag steht zur Erkundung der ausgedehnten Obstgärten und des nahegelegenen Flusses zur Verfügung. Die Rückreise am vierten Tag ist nicht inbegriffen. Es steht den Touristen somit frei, den Zeitpunkt der Rückreise nach Sucre zu bestimmen. Dazu wird der öffentliche Verkehr genutzt. Diese Route setzt den Fokus auf das Verweilen in der Natur und der sportlichen Betätigung. Der Höhepunkt dieser Route sind die aufgeforsteten Wälder von Cajamarca und Aritumayu.

7.1.3. Route °3 «Hidden Gems, presidential secret»

Die dritte Route beschäftigt sich mit der Geschichte von Bolivien. Der erste Tag startet mit einem Ausritt ab Yotala zur Finca «Kantu Nucchu». Dort wird die geschichtsträchtige Finca besucht. Danach wird mit Pferden entlang eines Naturweges zurück nach Yotala geritten und in der Finca «La campana» übernachtet. Der zweite Tag beginnt mit einer Vogelbeobachtung und Zeit zum Verweilen in der Finca oder dem Dorf Yotala. An-



Abb. 7.3 Finca in Huata

anschliessend fährt ein Privattransport nach Huata, wo am Nachmittag die Finca besichtigt wird. Dabei wird Freizeit eingerechnet, um die Gärten und die Umgebung zu Entdecken (siehe Abb. 7.3). Am dritten Morgen wird zu den nahegelegenen Wasserfällen «7 Cascadas» spaziert.

Von dort fährt ein privater Transport zurück nach Sucre. Diese Route setzt sich mit dem Kennenlernen der Geschichte Boliviens auseinander und dient auch dem Geniessen der Landschaft. Der Höhepunkt besteht im Besuch der beiden geschichtsträchtigen Fincas.

7.1.4. Route °4 «Hidden Gems, historically natural»

Die letzte Route ist eine Mischung aus Natur und Geschichte. Das erste Vormittagsprogramm besteht aus dem Besuch der Wasserfälle «7 Cascadas». Am Nachmittag wird die Finca in Huata besucht und es bleibt Zeit zum Verweilen in den Gärten und der Umgebung. Übernachtet wird ebenfalls in der Finca in Huata. Am nächsten Tag wird via Privattransport der nahegelegene Aussichtspunkt bei Maragua besucht und anschliessend zur Finca in Bramadero



Abb. 7.4 Teil der Finca in Bramadero (Birchler, 2017)

spaziert. Dort wird wiederum die Finca besichtigt und es ist Zeit zum Verweilen auf dem Gelände vorgesehen (siehe Abb. 7.4). Nach dem Abendessen wird auf Wunsch eine Einführung in die Sternenkunde mit anschliessender Himmelsbeobachtung angeboten. Am dritten Tag endet die Tour nach dem Frühstück mit einem Privattransport nach Sucre. Diese Route steht ebenfalls im Zeichen des Entdeckens und Geniessens der Landschaft. Die Höhepunkte dieser Route sind der Besuch der Finca in Huata und die Aussicht auf den Krater von Maragua.

7.1.5. Visualisierungen

Für den «Finca Trail» und um die Vermarktung zu unterstützen wurden einige Visualisierungen vorgenommen. Darunter sind ein Logo, «Flyer» für die Routen und «Factsheets» pro Finca. Diese werden nun vorgestellt.

Das ausgearbeitete Logo (siehe Abb. 7.5) enthält den Namen «Finca Trail» und einen Kolibri, einen typischen Vogel Südamerikas. Ausserdem sind vier farbige Ringe abgebildet, welche die vier Routen des «Finca Trails» symbolisieren.



Abb. 7.5 Logo des Finca Trails

Die Routen wurden visualisiert, um bei den Kunden ein klares Bild über die Leistungsabdeckung zu schaffen. Auf der folgenden Abbildung ist die Innenseite einer der Routen abgebildet (siehe Abb. 7.6, nächste Seite). Die Visualisierung

wurde auf die Grösse eines gefalteten «Letter» (übliches Papierformat in Bolivien, Grösse 216mm x 279mm) gestaltet. Die Vorderseite enthält jeweils ein ansprechendes Bild. Auf den beiden Innenseiten wird die Route schematisch dargestellt und die Leistungsabdeckung beschrieben. Die zentralen Höhepunkte werden hervorgehoben und ein Beschrieb der Tour aufgeführt. Die Rückseite enthält das Impressum und das Logo sowie die Internetadresse. Die Visualisierungen wurden in Englisch ausgearbeitet und sind in vollständiger Form dem Anhang °14 zu entnehmen.



Abb. 7.6 Beispiel einer visualisierten Route (Innenseiten)

Wie angedeutet wurde pro Finca ein «Factsheet» (siehe Anhang °15) erstellt. Dies hat den Zweck, dass auf Kundenwunsch eine individualisierte Route zusammengestellt werden kann. Auch soll aufgezeigt werden, wo die jeweiligen Aktivitäten und Besonderheiten liegen. Weiter wurden die Transportmittel aufgelistet und angegeben, ob die Finca in einer Ein- oder Mehrtagestour besucht werden kann. Dies wurde allerdings eher für den lokalen Tourismusmarkt angedacht und soll primär die Bekanntheit bei der lokalen Bevölkerung fördern. Die «Factsheets» wurden jeweils in Englisch und Spanisch ausgearbeitet.

Die «Flyer» und «Factsheets» sind im Prinzip die physischen Werbebanner des «Finca Trails». Diese wurden akkurat gestaltet und sind selbsterklärend. Das Logo, die «Flyer» und die «Factsheets» weisen ein kohärentes «corporate identity design» auf, um den Wiedererkennungswert zu steigern.

7.2. Überprüfung der Servicekette

Die Überprüfung der Servicekette zeigte, dass grundsätzlich ein umfassendes Angebot angedacht wurde (siehe Anhang °16). Der Ablauf der Routen ist abgerundet und alle zentralen Aspekte der Servicekette, von der Buchung bis zur Rückmeldung, wurden abgedeckt. Die Servicekette muss allerdings periodisch überprüft werden, damit eine konstante Qualität garantiert wird und eine positive Entwicklung stattfindet.

Einzelne Punkte, wie ein möglicher privater Transport auf der Route °2, sollten nach der Implementierung überprüft werden. Die Routen wurden so gestaltet, dass der Endpunkt jeweils in Sucre liegt. Besteht jedoch das Bedürfnis, die Tour direkt am Flughafen zu beenden, sollte dieser Kundenwunsch erfüllt werden. Weiter sollte über ein mögliches Souvenir, in Relation zum «Finca Trail», entschieden werden.

7.3. Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung

Für die Projektinitiatoren wurde eine Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung in Form einer Zusammenfassung von 15 Seiten (ohne Anhang) erstellt. Sie enthält alle relevanten Daten der Analysen und der ausgearbeiteten Details des neuen Angebots. Alle notwendigen Anhänge, wie die Preiszusammenstellungen und die Visualisierungen wurden angehängt. Diese sind auf Deutsch und Spanisch verfasst, da sie den Projektinitiatoren und Projektbeteiligten als Leitfaden für die Initiierung des Angebots dienen sollen und vor Ort verwendet werden. Die gesamte Zusammenfassung (mit Anhang in beiden Sprachen) ist dem Anhang °17 und °18 zu entnehmen.

7.4. Rückmeldung der Projektinitiatoren

Nach Abgabe der Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung und nach der Schlussbesprechung mit den Projektinitiatoren vor Ort wurde von diesen erklärt, dass grundsätzlich eine hohe Zufriedenheit herrscht. Für die Präsentation in Sucre sollte spezifisch nochmals angemerkt werden, dass eine Netzwerkform für den «Finca Trail» in einem partizipativen Prozess ausgewählt werden sollte.

8. Diskussion

In der Diskussion werden die Feldarbeit, das neue Angebot, die Nachhaltigkeitscheckliste sowie deren Anwendung reflektiert. Weiter wird ein finales Fazit gezogen, indem die Nachhaltigkeitscheckliste und die Feldarbeit nochmals in den Kontext des nachhaltigen Tourismus gestellt werden und ein Ausblick in die Zukunft gewagt wird.

8.1. Fazit der Feldarbeit

Die Feldarbeit war essentiell, um ein realistisches und ortsbezogenes Angebot erstellen zu können. Hätte diese nicht stattgefunden, hätten die Bedürfnisse der Projektbeteiligten nicht abgeholt und somit keine seriöse Bestandsaufnahme gemacht werden können. Die drei Monate vor Ort waren notwendig, um sich mit allen Projektbeteiligten austauschen zu können, da die Bestandsaufnahmen (Besuche auf den Fincas, Interviews) jeweils viel Zeit beanspruchten. Hierbei war sehr zweckdienlich, dass auf die gemeinsame Sprache (Spanisch) zurückgegriffen werden konnte und die lokale Kultur und Gepflogenheiten bereits bekannt waren. Einzig der Arbeitsrhythmus, der in Bolivien mit einer anderen Geschwindigkeit läuft als in der Schweiz, wurde zum Teil als etwas langwierig empfunden.

Das angewendete Handbuch «Tourismus – ganz natürlich!» war von grossem Nutzen, um ein umfassendes Angebot entwickeln zu können. Die Ausführung der Arbeitsschritte wurde allerdings, wie bereits angedeutet, leicht angepasst. Dies um besser der Situation vor Ort entsprechen zu können. So wurde die Angebotsskizze vor der konkreten Ausarbeitung des Angebots erstellt, damit ein Leitfaden für die weitere Bearbeitung zur Verfügung stand, was sehr nützlich war. Weiter war die zusätzliche Erarbeitung der Kapitel Zeitplanung und Meilensteine (Kap. 6.2.7), Initiierungs- und Betriebskosten (Kap. 6.2.8) und Visualisierung (Kap. 7.1.5) wichtig. Diese sind bei einem umfassenden Projekt nicht wegzudenken. Da das vorliegende Angebote effektiv umgesetzt wird, mussten diese ebenfalls ausgearbeitet werden.

Als Abschluss der Feldarbeit wurde eine Projektpräsentation vor Ort gehalten. Diese wurde auf Spanisch durchgeführt und diente dazu, den Projektbeteiligten das neue Angebot aufzuzeigen. Die Präsentation und das neue Angebot wurden von allen Beteiligten sehr positiv aufgenommen.

8.2. Fazit der Erarbeitung des neuen Angebots

Die Ausarbeitung der einzelnen Routen und «Factsheets» ist gelungen und das neue Angebot kann voraussichtlich auf den lokalen Markt adaptiert werden. Durch die Erstellung von mehreren Routen konnte die Schwierigkeit der Heterogenität der Fincas umgangen werden. Dies war zu Beginn der Ausarbeitung das grösste Hindernis. Das Fehlen von Konkurrenzangeboten und die Preiskalkulierung werden als grosse Vorteile gewertet, da die Preise sich alle unter dem 80 US-\$ Tagesbudget der Reisenden in Bolivien befinden. (Weber, 2016, S. 69) Weiter wurde im Rahmen der Arbeit angedacht ein Netzwerk zu gründen. Dies ist für eine strukturierte Entwicklung in Richtung eines nachhaltigen Tourismus (Ausarbeitung von Leitfäden, Nachhaltigkeitskommunikation) und einer funktionierenden Organisation des «Finca Trails» wichtig, wird aber aufgrund der Erfahrungen vor Ort und der Aussagen der Projektinitiatoren noch ein Prüfstein für das neue Angebot werden.

Die erstellte Zusammenfassung konnte aufgrund der detaillierten Ausarbeitung der relevanten Aspekte in nützlicher Frist zusammengestellt werden. Dadurch wurde eine kondensierte Form des neuen Angebots erstellt, die den Leser nicht ermüdet, ihm aber alle relevanten Informationen zur Verfügung stellt. Die Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung wurde wie angedeutet auf Deutsch und Spanisch ausgearbeitet. Dies hängt damit zusammen, dass die Informationen vor Ort auf Spanisch benötigt werden. Die Übersetzung hat viel Zeit in Anspruch genommen, war aber notwendig, da sonst die Projektinitiatoren und Projektbeteiligten keinen oder nur einen limitierten Zugang zu den Informationen der Bachelorarbeit gehabt hätten.

8.3. Fazit der Nachhaltigkeitscheckliste und deren Anwendung

Aus der Anwendung der Nachhaltigkeitscheckliste geht hervor, dass die Checkliste im Allgemeinen als praktisch zur Anwendung und daher als effektiv beurteilt werden kann. Die Handhabung ist grundsätzlich selbsterklärend und alle verwendeten Indikatoren konnten beurteilt werden. Die Anpassung einzelner Indikatoren, weg von schriftlichen Dokumenten hin zu vorhandenem Gedankengut, ist als positiv zu bewerten und realistischer im Bezug zur Feldarbeit und Ausarbeitung eines touristischen Angebots in Bolivien. Die Anwendung vor Ort hat aufgezeigt, dass durch die Checkliste ein guter Überblick über die vorhandene Nachhaltigkeit geschaffen werden konnte. Somit kann gesagt werden, dass die Ausarbeitung als wirksam eingeschätzt wird und dementsprechend die Ziele °1.1 und °1.2 (siehe Kap 1.2) erreicht wurden.

Durch die Anwendung im Feld konnte aufgezeigt werden, in welchen Bereichen die Fincas das grösste Potenzial zur Entwicklung haben. Dies war mitunter ausschlaggebend für den Vorschlag der Gründung eines Netzwerkes, das sich mit der Ausarbeitung der übergeordneten Leitfäden beschäftigt. So konnte erkannt werden, dass ein Potenzial bei den erneuerbaren Energien und der Zusammenarbeit mit lokalen Kunsthandwerkern besteht. Diese Erkenntnisse der Handlungsfelder demonstrieren die Tauglichkeit der Nachhaltigkeitscheckliste im Feld. Für die Zukunft wäre es interessant, eine Bedienungsanleitung auszuarbeiten, um diese unabhängig von der Bachelorarbeit benützen zu können.

Die Checkliste für das neue Angebot «Finca Trail» hat einen weiteren Nutzen: Wird sie in regelmässigen Abständen angewendet, kann die Entwicklung der Fincas hin zu einer hohen Nachhaltigkeit demonstriert werden. Wenn alle Kriterien erfüllt sind und das Interesse der Besitzenden der Fincas besteht, kann bei der GSTC das Verfahren für den Erhalt eines internationalen Nachhaltigkeitslabels im Tourismus eingeleitet werden.

8.4. Schliessendes Fazit und Ausblick

Es sollte gemäss der ursprünglichen Aufgabenstellung nur eine Nachhaltigkeitscheckliste ausgearbeitet und angewendet werden. Es stellte sich jedoch bei der Ankunft in Bolivien heraus, dass ein neues touristisches Angebot erstellt werden sollte, da keine Angebote zur Nachhaltigkeitsüberprüfung vorhanden waren. Daher wurde der Fokus der Arbeit auf die Angebotsentwicklung verschoben und die Nachhaltigkeitscheckliste überarbeitet, um diese auf die Fincas anwenden zu können. Dies war mit einem gewissen Mehraufwand verbunden aber sehr interessant. So konnte das Gelernte der letzten drei Hochschuljahren direkt an einem realistischen Projekt angewendet und effektiv umgesetzt werden.

Die Zufriedenheit der Projektinitiatoren und –beteiligten sowie die effektive Umsetzung zeigt die Qualität des erarbeiteten Angebots auf. Generell kann gesagt werden, dass wenn der Trend hin zu mehr kultur- und naturnahem Tourismus anhält (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 141-143), das neue Angebot dazu beiträgt, die Bettenauslastung der Fincas zu erhöhen. Das angewendete Handbuch «Tourismus – ganz natürlich!» zur Erarbeitung des neuen Angebots folgt ebenfalls diesem Trend und kann als weiterer Indikator für den zukünftigen Erfolg gewertet werden.

9. Verzeichnisse

9.1. Tabellen

Tab. 3.1, Seite 18: *Touristische Stätten rund um Sucre*. Selbst erstellt.

Tab. 4.1, Seite 21: *Gegenüberstellung der beiden Tourismusstrategien (Rochlitz, 1988, S.106)*. Selbst erstellt.

Tab. 4.2, Seite 23: *Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit mit Bezug zum nachhaltigen Tourismus (UNWTO, 2017b)*. Selbst erstellt.

Tab. 4.3, Seite 25: *Relevante Trends für den nachhaltigen Tourismus (Forster et al., 2011, S. 21-22) / (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 141-145)*. Selbst erstellt.

Tab. 6.1, Seite 33: *Zentrale Erkenntnisse aus den Befragungen der Fincas*. Selbst erstellt.

Tab. 6.2, Seite 36: *SWOT-Analyse der Fincas*. Selbst erstellt.

Tab. 6.3, Seite 41: *Zeitplan der Initiierung*. Selbst erstellt.

Tab. 6.4, Seite 42: *Initiierungs- und Betriebskosten des Angebots*. Selbst erstellt.

9.2. Abbildungen

Titelbild: *Refugio Andino Bramadero*. Erhalten durch Marco Birchler (Eigenaufnahme) am 13. Juli 2017.

Abb. 2.1, Seite 10: *Vorgehen der Arbeit (schematisch)*. Selbst erstellt.

Abb. 3.1, Seite 15: *Staatsgebiet von Bolivien*. Gefunden am 22.06.17 unter www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/graphics/maps/bl-map.gif

Abb. 3.2, Seite 16: *Die Provinz Oropeza (eingefärbt die relevante Region)*. Gefunden am 25.06.17 unter www.educa.com.bo/geografia/sucre-ciudad-municipio-de-oropeza

Abb. 3.3, Seite 17: *Muster eines Jalq'a Gewebes*. Erhalten durch Marco Birchler (Eigenaufnahme) am 13.07.17.

Abb. 5.1, Seite 28: *Seite 1 und 2 der Nachhaltigkeitscheckliste*. Selbst erstellt.

Abb. 5.2, Seite 30: *Überblick der Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste*. Selbst erstellt.

Abb. 6.1, Seite 34: *Grafik des Interesses und Einflusses der relevanten Akteure für das neue Angebot*. Selbst erstellt.

Abb. 6.2, Seite 35: *Wirkungslogik des neuen Angebots*. Selbst erstellt.

Abb. 6.3, Seite 39: *Organigramm des Netzwerkes und zentrale Aufgaben*. Selbst erstellt.

Abb. 7.1, Seite 44: *Kapelle in Jatun Yampara*. Eigenaufnahme.

Abb. 7.2, Seite 45: *Besichtigung des Waldes bei Aritumayu*. Erhalten durch Marco Birchler (Eigenaufnahme) am 13.07.17.

Abb. 7.3, Seite 45: *Finca in Huata*. Eigenaufnahme.

Abb. 7.4, Seite 46: *Teil der Finca in Bramadero*. Erhalten durch Marco Birchler (Eigenaufnahme) am 13.07.17.

Abb. 7.5, Seite 46: *Logo des Finca Trails*. Selbst erstellt.

Abb. 7.6, Seite 47: *Beispiel einer visualisierten Route (Innenseiten)*. Selbst erstellt.

9.3. Literatur

AKTE et al. (2016). *Standpunkt Tourismuswende. Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung. AKTE. Brot für die Welt. TourCert GmbH*. Basel, Schweiz.

Ayllon, V. A. (2010). *Historia de Chuquisaca. Tercera edicion. Valentin Abecia Ayllon*. Sucre, Bolivien.

Baumgartner, D. C. (2002). *Vom Ökotourismus zum nachhaltigen Tourismus in den Alpen. CIPRA International*. Schaan, Fürstentum Liechtenstein.

CdS. (2014). *Von der Trockenheit zu einem grünen Paradies. Eintrag in der Lokalzeitung Correo del Sur vom 23.03.14. Correo del Sur. CdS*. Sucre, Bolivien.

CIA. (2017). *The World Factbook. Bolivia. Central Intelligence Agency. CIA*. Gefunden am 22.06.17 unter www.cia.gov/library/publications/the-world-fact-book/geos/bl.html

Commandeur, D. (2017). *Leitfadeninterview mit Dick Commandeur. Vom 25.07.17. Im Anhang aufgeführt. (G.Müller, Interviewer).* Sucre, Bolivien.

Cueler, G. (2017). *Leitfadeninterview mit Gabriela Cueler. Vom 31.07.17. Im Anhang aufgeführt. (G. Müller, Interviewer).* Sucre, Bolivien.

Danielli, G., & Sonderegger, R. (2009). *Kompaktwissen Naturtourismus. Giovanni Danielli & Roger Sonderegger.* Zürich und Chur, Schweiz.

DWD. (2017). *Klimatafel von Sucre. Deutscher Wetterdienst. DWD.* Gefunden am 25.06.17 unter www.dwd.de/DWD/klima/beratung/ak/ak_852830_kt.pdf

Forster et al., S. (2011). *Handbuch Tourismus - ganz natürlich!. Von der Idee über die Marktanalyse zum natur- und kulturnahen Tourismusangebot. ZHAW Fachstelle Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Stefan Forster, Simone Gruber, Anita Roffler, Rebecca Göpfert.* Wergenstein, Schweiz.

GSTC. (2017a). *Our History. Global Sustainable Tourism Council. GSTC.* Gefunden am 02.07.17 unter www.gstcouncil.org/en/about/gstc-overview/our-history.html

GSTC. (2017b). *What are the Criteria?. Global Sustainable Tourism Council. GSTC.* Gefunden am 02.07.17 unter www.gstcouncil.org/en/gstc-criteria-hotels-tour-operators-destinations/sustainable-tourism-gstc-criteria.html

Herzog et al., S. K. (2016). *Birds of Bolivia. Field Guide. S.K. Herzog, R.S. Terrill, A.E. Jahn, J.V. Remsen, Jr., O. Maillard Z., V.H. Garcia-Soliz, R. MacLeod, A. Maccormick & J.Q. Vidoz.* Santa Cruz de la Sierra, Bolivien.

Hofmann, F. (2017). *Leitfadeninterview mit Fredy Hofman, Textilexperte und Kunsthändler aus Sucre. Vom 27.06.17. Im Anhang aufgeführt. (G. Müller, Interviewer).* Sucre, Bolivien.

INE. (2016). *Estadísticas Demográficas. Cuadro °3 - Proyecciones de población, según departamento y municipio, 2016. Instituto Nacional de Estadística. INE.* Gefunden am 25.06.17 unter www.ine.gob.bo/index.php/introduccion-5/introduccion-2

Phineo. (2015). *Kursbuch Wirkung. Das Praxishandbuch für alle, die gutes noch besser tun wollen. 3. Auflage. Phineo gAG.* Berlin, Deutschland.

Rein, H., & Strasdas, W. (2015). *Nachhaltiger Tourismus. Hartmund Rein & Wolfgang Strasdas (Hrsg.)*. Konstanz und München, Deutschland.

Rochlitz, K.-H. (1988). *Begriffsentwicklung- und diskussion des sanften Tourismus*. In *Freizeitpädagogik. Zeitschrift für kritische Kulturarbeit, Freizeitpolitik und Tourismusforschung*. 10. Jg., Heft 3-4, Seite 105-115. Dr. Karl-Heinz Rochlitz. Baltmannsweiler, Deutschland.

Sainz, J. (2017). *Leitfadeninterview mit Jhonny Sainz. Vom 10.07.17. Im Anhang aufgeführt. (G. Müller, Interviewer)*. Sucre, Bolivien.

UN. (1987). *Report of the World Comission on Environment and Development. Our Common Future. United Nations*. UN. New York, Vereinigte Staaten von Amerika.

UN. (2015). *Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung*. United Nations. UN. New York, Vereinigte Staaten von Amerika.

UNDP. (2017). *Human Development Index - HDI. Bolivia. United Nations Development Programme. UNDP*. Gefunden am 22.06.17 unter hdr.undp.org/en/countries/profiles/BOL

UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable - a guide for policy makers*. World Tourism Organization. UNWTO. Madrid, Spanien.

UNWTO. (2016). *Tourism Highlights 2016*. World Tourism Organization. UNWTO. Madrid, Spanien.

UNWTO. (2017a). *2017 Internation Year of Sustainable Tourism for Development*. World Tourism Organization. UNWTO. Gefunden am 28.06.17 unter www.tourism4development2017.org/about

UNWTO. (2017b). *Definition of sustainable tourism*. World Tourism Organization. UNWTO. Gefunden am 30.06.17 unter sdt.unwto.org/content/about-us-5

Weber, M. (2016). *Masterarbeit - Geeignete Strategien für die Vermarktung von Regionen in Bolivien*. Martina Weber. Wädenswil, Schweiz.

WTTC. (2017). *Travel & Tourism. Economic Impact 2017. Bolivia*. World Travel & Tourism Council. WTTC. London, Vereinigtes Königreich.

Anhang

Anhang °1, Seite 57: *Indikatorensets der Nachhaltigkeitscheckliste.*

Anhang °2, Seite 61: *Angebotsskizze.*

Anhang °3, Seite 62: *Auswertung der Fragebogen der Fincas (Bestandsaufnahme).*

Anhang °4, Seite 72: *Auswertung der Fragebogen der Transportmittel (Bestandsaufnahme).*

Anhang °5, Seite 73: *Transkription des Leitfadeninterviews mit Fredy Hofmann.*

Anhang °6, Seite 75: *Vorlage der Nachhaltigkeitscheckliste.*

Anhang °7, Seite 80: *Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste.*

Anhang °8, Seite 85: *Auswertung der Befragungen zur touristischen Situation in Sucre.*

Anhang °9, Seite 88: *Auswertung der Befragungen der lokalen Agenturen.*

Anhang °10, Seite 89: *Auswertung der Akteuranalyse.*

Anhang °11, Seite 90: *Preiszusammenstellungen.*

Anhang °12, Seite 92: *Zusätzliche Abklärungen zu den Preisen.*

Anhang °13, Seite 93: *Leistungsbausteine und Aktivitäten der Routen.*

Anhang °14, Seite 97: *Flyer der Routen.*

Anhang °15, Seite 101: *Factsheets der einzelnen Fincas.*

Anhang °16, Seite 106: *Überprüfung der Servicekette.*

Anhang °17, Seite 107: *Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung.*

Anhang °18, Seite 124: *Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung (Spanisch).*

Anhang °19, Seite 141: *Plagiatserklärung.*

Anhang °1: Indikatorensets der Nachhaltigkeitscheckliste

Aspekt °1	Inhalt	Indikator
°7 Kriterium «Infrastruktur und Bauweise»	Dieses Kriterium beschäftigt sich mit der Infrastruktur und deren Bauweise. Es wird untersucht, ob die Bauten in die Umgebung eingepasst sind und naturverträgliche und lokale Materialien und Bauweisen für den Bau verwendet wurden.	Das Kriterium wird anhand der lokalen Situation und der Bauweise erfasst. Als erfüllt gilt es, wenn beim Bau auf lokale Begebenheiten und die Bauweise geachtet wurde (Landschaft, lokale Pflanzen etc.). Teilweise erfüllt ist das Kriterium, wenn auf die lokalen Begebenheiten geachtet wurde und nicht erfüllt, wenn nicht auf diese beiden Punkte geschaut wurde.
°8 Kriterium «Land-, Wasser- und Eigentumsrechte»	Beim Kauf von Land-, Wasser-, und Eigentumsrechten soll das Management auf die lokale Bevölkerung und vorallem auf die indigene Bevölkerung acht geben. Die Aktivitäten (Angebote etc.) sollen ausserdem mit Konsent der lokalen Bevölkerung angegangen werden.	Das Kriterium wird anhand von Eigentumsdokumenten geprüft. Sind diese vorhanden und ist ausserdem die Kommunikation (Konsent) mit der lokalen Bevölkerung vorhanden, gilt das Kriterium als erfüllt. Als teilweise erfüllt gilt der Indikator, wenn Eigentumsdokumente vorhanden sind aber der Konsent der lokalen Bevölkerung nicht eingeholt ist. Nicht erfüllt ist das Kriterium, wenn keine Eigentumsrechte erworben wurden.
°9 Kriterium «Nachhaltigkeitsverständnis»	Das Management verfügt über eine umfassende Interpretation ihres Nachhaltigkeitsgedankens und stellt Instruktionen für das korrekte Verhalten beim Besuch von Natur- oder Kulturstätten und den Umgang mit der lokalen Bevölkerung zur Verfügung.	Das Kriterium wird anhand des Vorhandenseins eines Nachhaltigkeitsverständnisses und von Verhaltensinstruktionen bewertet. Sind diese beiden Dokumente vorhanden, wird das Kriterium als erfüllt betrachtet. Teilweise erfüllt, wenn eines der beiden Dokumente vorhanden ist und als nicht erfüllt wenn keine Dokumente vorhanden sind.
°10 Kriterium «Zusammenarbeit»	Das Management beteiligt sich aktiv an der Zusammenarbeit innerhalb der Gemeinde und sucht die Partnerschaft zu NGO's. Dabei setzt sie sich aktiv für die Entwicklung des nachhaltigen Tourismus ein.	Das Kriterium wird anhand der vorhandenen Partnerschaften und Zusammenarbeit geprüft. Ist die Mitarbeit in der Gemeinde vorhanden und findet eine Zusammenarbeit mit NGO's (oder ähnlichen Institutionen) statt ist das Kriterium erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn in der Gemeinde aktiv mitgearbeitet wird und nicht erfüllt, wenn keine Zusammenarbeit vorhanden ist.
Aspekt °2	Inhalt	Indikator
°11 Kriterium «Unterstützung der Gemeinschaft»	Die Betreibenden unterstützen aktiv die lokale Gemeinschaft im Erstellen von öffentlichen Anlagen. Zum Beispiel: Schulen, Gesundheitseinrichtungen, Abwasserreinigungen, Wasserleitungen.	Das Kriterium wird anhand der Projekte der Betreibenden beurteilt. Sind mehrere (mindestens 3) Projekte vorhanden, ist der Indikator erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn nur ein Projekt erstellt ist und nicht erfüllt, wenn keine Projekte erstellt wurden.
°12 Kriterium «Lokale Anstellung»	Die Betreibenden geben der lokalen Bevölkerung die gleichen Chancen auf eine Anstellung im Betrieb. Dies auf allen Stufen der Organisation (bis hin zum Management).	Das Kriterium wird anhand des prozentualen Anteils der lokalen Bevölkerung in den Betrieben gemessen. Beträgt der Anteil mehr als 80% ist das Kriterium erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn mehr als 50% der Angestellten aus der lokalen Bevölkerung stammen und nicht erfüllt, wenn es weniger als 50% sind.
Aspekt °1	Inhalt	Indikator
°1 Kriterium «Managementsystem»	Das Managementsystem ist auf einer nachhaltigen Basis aufgebaut und umfasst alle relevanten Aspekte (Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft, Menschenrechte, Qualität, Gesundheit, Sicherheit). Ausserdem wird es konstant weiterentwickelt.	Das Kriterium wird anhand der Dokumentation des Managementsystems beurteilt. Ist eine Nachhaltigkeitsgedanken vorhanden und ausserdem formuliert, wird er als erfüllt betrachtet. Teilweise erfüllt, wenn der Gedanke vorhanden aber nicht dokumentiert ist und als nicht erfüllt, wenn kein Nachhaltigkeitsgedanken vorhanden ist.
°2 Kriterium «Gesetzesbeachtung»	Das Management achtet die lokalen, nationalen und internationalen Gesetze und Regulierungen (u.A. Umwelt, Gesundheit, Sicherheit, Arbeit).	Das Kriterium wird anhand des Respektes gegenüber und des Anwendens der lokalen Gesetzen und Regulierungen beurteilt. Werden die Gesetze respektiert und angewendet, wird das Kriterium als erfüllt betrachtet. Teilweise erfüllt, wenn die Gesetze bekannt aber nicht komplett angewendet werden und als nicht erfüllt, wenn die Gesetze nicht beachtet werden.
°3 Kriterium «Kommunikation»	Die Anstrengungen rund um die Nachhaltigkeit (Nachhaltigkeitspolitik, Aktionen, Leistungen) werden aktiv mit allen relevanten Akteuren kommuniziert und es wird versucht deren Unterstützung zu gewinnen.	Das Kriterium wird anhand der Regelmässigkeit der Kommunikation rund um die Nachhaltigkeitsanstrengungen beurteilt. Wird regelmässig über die gemachten Aktionen und Leistungen berichtet, gilt der Indikator als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn grundsätzlich Informationen zu den Anstrengungen vorhanden sind aber nicht aktiv kommuniziert werden. Als nicht erfüllt, wenn keine Kommunikation rund um die Nachhaltigkeit vorhanden ist.
°4 Kriterium «Einbezug der Mitarbeitenden»	Mitarbeitende sind in die Entwicklung und Anwendung des Nachhaltigkeitsmanagements miteinbezogen und werden periodisch über den neuesten Stand informiert und geschult.	Das Kriterium wird anhand des Miteinbezuges der Mitarbeitenden in die nachhaltige Entwicklung beurteilt. Werden die Mitarbeitenden aktiv in die Entwicklung miteinbezogen gilt der Indikator als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn die Mitarbeitenden Kenntnisse über die Nachhaltigkeit der Fincas haben aber nicht in die Entwicklung miteinbezogen werden und nicht erfüllt, wenn kein Miteinbezug stattfindet.
°5 Kriterium «Gästezufriedenheit»	Die Zufriedenheit der Gäste wird überprüft und Rückmeldungen, auch zur Nachhaltigkeit, eingeholt.	Das Kriterium wird anhand des Vorhandenseins und der Anwendung eines Rückmeldungssystems für Gäste beurteilt. Ist ein Rückmeldungssystem vorhanden und wird regelmässig ausgewertet wird das Kriterium als erfüllt betrachtet. Teilweise erfüllt, wenn ein Rückmeldungssystem vorhanden ist aber nicht regelmässig ausgewertet wird. Als nicht erfüllt gilt es, wenn kein Rückmeldungssystem vorhanden ist.
°6 Kriterium «Genauigkeit der Werbung»	Die verwendeten Werbematerialien und Kommunikation soll akkurat und transparent sein. Diese sollen nicht mehr versprechen als effektiv geleistet wird.	Das Kriterium wird anhand von Bildern und genauen Beschreibungen in Werbungen (Broschüren, Flyer) überprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn die Werbung akkurat ist. Teilweise erfüllt, wenn die Bilder und Leistungsbeschreibungen nur bedingt auf das Angebot passen und als nicht erfüllt, wenn diese nicht zusammenpassen.

Aspekt °2	Inhalt	Indikator	Aspekt °2	Inhalt	Indikator
°13 Kriterium «Lokal Einkaufen»	Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen wird durch die Betreibenden darauf geachtet, dass lokale Unternehmen bevorzugt werden.	Das Kriterium wird anhand des Anteils von lokalen Produkten und Dienstleistungen gemessen. Beträgt der Anteil mehr als 80% ist das Kriterium erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn mehr als 50% aus lokalen Produkten und Dienstleistungen bestehen und nicht erfüllt, wenn es weniger als 50% sind.	°19 Kriterium «Zugang zu Lebensunterhalt»	Die Aktivitäten der Betreibenden sollten keine negativen Folgen auf den Zugang der lokalen Bevölkerung zu deren Lebensunterhaltsquelle haben. Dies inkludiert den Zugang zu Land- und Wasserressourcen sowie Wegrechte und Zugang zu Transport und Wohnmöglichkeiten.	Das Kriterium wird ebenfalls anhand eines Beschwerdesystems für die lokale Bevölkerung beurteilt. Besteht ein Beschwerdesystem und werden die Beschwerden aktiv angegangen, gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn ein solches System besteht aber nicht bewirtschaftet wird und als nicht erfüllt, wenn kein solches System besteht.
°14 Kriterium «Lokale Unternehmen»	Die Betreibenden unterstützen lokale Unternehmen beim Verkauf von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen, wenn diese sich mit Natur, Kultur und lokaler Geschichte beschäftigen.	Das Kriterium wird anhand von Partnerschaften mit lokalen Unternehmen beurteilt. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn pro Betrieb mindestens zwei Partnerschaften bestehen. Als teilweise erfüllt, wenn pro Betrieb eine Partnerschaft besteht und als nicht erfüllt, wenn keine Partnerschaften bestehen.	Aspekt °3	Inhalt	Indikator
°15 Kriterium «Ausbeutung und Unterdrückung»	Die Betreibenden verfügen über eine implementierte Politik gegen kommerzielle und sexuelle Ausbeutung oder jegliche Form von Unterdrückung; speziell von Kindern, Frauen, Minderheiten.	Das Kriterium wird anhand der Herangehensweise und Kommunikation der Politik beurteilt. Ist eine schriftliches Dokument der Politik vorhanden und wird diese aktiv in der lokalen Gemeinschaft vertreten und kommuniziert, gilt der Indikator als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn kein schriftliches Dokument vorhanden ist aber das Anliegen kommuniziert wird und nicht erfüllt, wenn keine Kommunikation stattfindet.	°20 Kriterium «kulturelle Intervention»	Beim Besuch von kulturellem Erbe und indigenen Gemeinschaften berücksichtigen die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote nationale und internationale Leitfäden, damit möglichst wenig negative Folgen entstehen.	Das Kriterium wird anhand des Einsatzes und des Vorhandenseins von Leitfäden zum Umgang mit sensiblen Kulturen und Erbsstätten geprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn Leitfäden vorhanden sind und angewendet werden. Als teilweise erfüllt, wenn diese Leitfäden vorhanden sind aber ungenügend angewendet werden. Und als nicht erfüllt, wenn keine Leitfäden vorhanden sind.
°16 Kriterium «Chancengleichheit»	Die Betreibenden ermöglichen Anstellungsmöglichkeiten, auch in Managementpositionen, ohne jegliche Diskriminierung aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion und Behinderung.	Das Kriterium wird anhand einer Erklärung zur Gleichstellung überprüft. Ist eine solche Erklärung vorhanden und wird aktiv angewendet, gilt der Indikator als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn keine Erklärung vorhanden ist aber das Anliegen aktiv angegangen wird und nicht erfüllt, wenn nicht aktiv dagegen vorgegangen wird.	°21 Kriterium «Schutz von kulturellem Erbe»	Die Betreibenden setzen sich aktiv für den Schutz, Erhalt und Inwertsetzung von kulturellem Erbe und archaischen Stätten ein und hindern die lokale Bevölkerung nicht daran diese zu besuchen.	Das Kriterium wird anhand der eingesetzten Geldmittel beim Schutz, Erhalt und Inwertsetzung von Kulturerbsstätten beurteilt. Findet eine regelmässige Spende statt und besteht zusätzlich eine Vergünstigung für lokale Personen gilt der Indikator als erfüllt. Wird regelmässig eine Spende getätigt gilt das Kriterium als teilweise erfüllt und wird keine Spende getätigt, gilt das Kriterium als nicht erfüllt.
°17 Kriterium «Arbeitsbedingungen»	Die Betreibenden bemühen sich um anständige Arbeitsbedingungen. Das lokale Arbeitsrecht wird berücksichtigt, sichere Arbeitsverhältnisse gewährleistet und faire Arbeitsbedingungen sollen herrschen.	Das Kriterium wird anhand des vorhandenen Arbeitsvertrages beurteilt. Das Kriterium gilt als erfüllt, wenn die Arbeitsverträge den lokalen Gesetzen entsprechen und faire Arbeitsbedingungen bestehen. Als Teilweise erfüllt, wenn der Vertrag den Gesetzen entspricht aber nur grundlegende Aspekte enthält und als nicht erfüllt, wenn kein Arbeitsvertrag vorhanden ist oder die Arbeitsbedingungen widrig sind.	°22 Kriterium «Präsentation von Kultur und Identität»	Authentische Elemente der Kultur finden sich in allen Bereichen der Infrastruktur wieder (Dekoration, Küche, Verkauf etc.). Die Betreibenden beachten ausserdem intellektuelle Eigentumsrechte der lokalen Bevölkerung.	Das Kriterium wird anhand der Authentizität der verkauften Gegenstände und Speisen überprüft. Das Kriterium gilt als erfüllt, wenn der Grossteil der verkauften Gegenstände lokal produziert werden und auf die angebotenen Speisen zu mindestens 80% aus lokalen Produkten bestehen. Teilweise erfüllt, wenn die Speisen zu 50% aus lokalen Produkten bestehen und 50% der verkauften Gegenstände lokal produziert werden. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn diese Prozentzahlen nicht erreicht werden.
°18 Kriterium «öffentliche Dienstleistungen»	Aufgrund der Aktivitäten der Betreibenden werden keine öffentlichen Dienstleistungen, wie Zugang zu Wasser, Kanalisation, Energie, Gesundheitssystem der lokalen Bevölkerung und umliegenden Gemeinschaften verwehrt.	Das Kriterium wird anhand eines Beschwerdesystems für die lokale Bevölkerung beurteilt. Besteht ein Beschwerdesystem und werden die Beschwerden aktiv angegangen, gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn ein solches System besteht aber nicht bewirtschaftet wird und als nicht erfüllt, wenn kein solches System besteht.	°23 Kriterium «Artefakte»	Historische und archaische Artefakte werden nicht verkauft oder gehandelt und nur unter geltendem Recht ausgestellt.	Das Kriterium wird anhand der Benützung von historischen und archaischen Artefakten beurteilt. Ist die Erlaubnis zur Verwendung dokumentiert und es wird aktiv verhindert, dass Besucher diese beschädigen und entfernen, gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn es dokumentierte Erlaubnisse gibt oder die Besucher daran gehindert werden diese zu beschädigen oder zu entfernen. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn keine Erlaubnisse zu deren Verwendung bestehen.

Aspekt ²⁴	Inhalt	Indikator	Aspekt ²⁴	Inhalt	Indikator
°24 Kriterium «Energieeffizienz»	Die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote messen den Energieverbrauch und versuchen diesen zu minimieren. Ausserdem werden wo möglich erneuerbare Energien eingesetzt.	Das Kriterium wird anhand einer vorhandenen Energiemessung und dem Gebrauch von erneuerbaren Energien geprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn der Energieverbrauch aktiv verringert wird sowie erneuerbare Energien zum Einsatz kommen. Teilweise erfüllt, wenn versucht wird den Energiekonsum zu verringern und nicht erfüllt, wenn keine Anstrengungen in diese Richtung vorhanden sind.	°29 Kriterium «Abfallentsorgung»	Der entstehende Abfall, Auch Foodwaste, wird fachgerecht entsorgt, damit er keine negativen Einfluss auf die Umwelt und lokale Bevölkerung hat, und es bestehen Anstrengungen diesen zu reduzieren. Ist eine Reduktion nicht möglich, soll nach Möglichkeiten recycelt werden.	Das Kriterium wird anhand der Entsorgung des anfallenden Abfalls beurteilt. Wird der entstehende Abfall fachgerecht entsorgt und bestehen Anstrengungen zu dessen Reduktion gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn der Abfall fachgerecht entsorgt wird aber keine Anstrengungen zu dessen Reduktion unternommen werden. Als nicht erfüllt, wenn keine fachgerechte Entsorgung besteht.
°25 Kriterium «Wasserverbrauch»	Die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote messen den Wasserverbrauch und versuchen aktiv diesen zu verringern. Ausserdem sollen die natürlichen Wasserressourcen nicht überbelastet werden.	Das Kriterium wird anhand des Wasserverbrauchs und dessen aktiven Verringerung beurteilt. Das Kriterium gilt als erfüllt, wenn Massnahmen zum Wassersparen bestehen und die Touristen für den hohen Wasserverbrauch sensibilisiert werden. Teilweise erfüllt, wenn Massnahmen zum Wassersparen bestehen und nicht erfüllt, wenn keine Anstrengungen bestehen.	°30 Kriterium «Gefährliche Substanzen»	Das Benutzen von gefährlichen Substanzen wie Pestiziden, Farben, Schwimmbaddesinfektionsmittel und Putzmittel wird möglichst minimiert und nach Möglichkeiten durch ungefährliche Substanzen ersetzt. Ausserdem werden die Substanzen fachgerecht gelagert, angewendet und nach Gebrauch entsorgt.	Das Kriterium wird anhand des Umgangs mit gefährlichen Substanzen beurteilt. Werden die gefährlichen Substanzen fachgerecht gehandhabt, gelagert und entsorgt sowie Anstrengungen gemacht diese mit umweltfreundlichen Substanzen zu ersetzen gilt das Kriterium als erfüllt. Werden die Substanzen fachgerecht gehandhabt, gelagert und entsorgt ist das Kriterium teilweise erfüllt und werden die Substanzen nicht speziell behandelt, als nicht erfüllt.
°26 Kriterium «CO2-Emissionen»	Es sollen alle signifikanten CO2-Emissionen erkannt sein und wenn möglich verringert werden. Ausserdem sollen Anstrengungen hinzu einem CO2 freien Betrieb bestehen.	Das Kriterium wird anhand der Identifikation der grössten CO2 Emissionen und deren Verringerung sowie Anstrengungen hinzu klimaneutrale Betrieben überprüft. Das Kriterium gilt als erfüllt, wenn die grössten CO2 Quellen bekannt sind und versucht wird diese zu verringern und wenn Anstrengungen hinzu einem CO2 neutralen Betrieb gemacht werden. Teilweise erfüllt, wenn die wichtigsten CO2 Quellen bekannt sind und Anstrengungen zu deren Verringerung gemacht werden. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn keine Massnahmen unternommen werden.	°31 Kriterium «Reduktion der Verschmutzung»	Die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote setzen sich aktiv für eine Reduktion der Verschmutzung in allen Bereichen ein. Dies umfasst Lärm, Licht, Erosion, Luft, Wasser, Bodenkontamination.	Das Kriterium wird anhand der aktiven Beteiligung an der Reduktion von Verschmutzungen geprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn die Betreibenden über die von ihnen verursachten Verschmutzungen Kenntnisse haben und Massnahmen zu deren Reduktion und Vermeidung unternehmen. Als teilweise erfüllt, wenn sie über die verursachten Verschmutzungen Kenntnisse haben und versuchen zu Vermeiden und als nicht erfüllt wenn keine Anstrengungen bestehen.
°27 Kriterium «Transport»	Es wird versucht, die Transporte zu minimieren und wo möglich auf umweltfreundliche Varianten umzustellen (Fahrrad). Die Sensibilisierung soll bei den eigenen Angestellten und bei den Touristen stattfinden.	Das Kriterium wird anhand der vorhandenen Transportmöglichkeiten überprüft. Verfügt die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote über alternative Optionen (Fahrrad, Carsharing, ÖV) für die An- und Abreise der Touristen sowie den täglichen Gebrauch der Mitarbeitenden, gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn nur die Touristen von alternativen Optionen Gebrauch machen können und als nicht erfüllt, wenn keine alternativen Optionen bestehen.	°32 Kriterium «Schutz der Biodiversität»	Die Betreibenden setzen sich aktiv für den Erhalt der Biodiversität ein. Ein Fokus wird hierbei auf den Erhalt von Naturschutzgebieten und Biodiversitätshotspots gelegt. Der Einfluss auf diese Gebiete wird minimiert oder vermieden oder kompensiert.	Das Kriterium wird anhand der Unterstützung von Schutzgebieten und dem Umgang mit der Biodiversität geprüft. Wird ein Teil der Einnahmen an den Erhalt von Schutzgebieten investiert und auf den benutzten Grundstücke aktiv die Biodiversität gefördert gilt das Kriterium als erfüllt. Als teilweise erfüllt, wenn ein Teil der Einnahmen an den Erhalt von Schutzgebieten gesponsort wird oder Bemühungen vor Ort bestehen und als nicht erfüllt, wenn keine Gelder oder Bemühungen bestehen.
°28 Kriterium «Abwasserentsorgung»	Entsteht Abwasser muss dieses gereinigt werden, bevor es in die Umwelt abgelassen oder durch die lokale Bevölkerung wiederverwendet wird.	Das Kriterium wird anhand der Entsorgung von Abwässern beurteilt. Wird 100% der entstehenden Abwässer kontrolliert abgeführt gilt das Kriterium als erfüllt. Werden über 80% der entstehenden Abwässer kontrolliert abgeführt gilt das Kriterium als teilweise erfüllt und werden diese nicht kontrolliert abgeführt als nicht erfüllt.	°33 Kriterium «Invasive Spezien»	Die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote vermeiden das Einführen von invasiven Spezien. Beim Bau von Infrastrukturen (primär Gärten) werden ausschliesslich einheimische Spezien verwendet.	Das Kriterium wird anhand des Umgangs mit invasiven Spezien beurteilt. Besteht ein Aktionsplan zur Verringerung von invasiven Spezien und werden diese aktiv bekämpft sowie beim Bau von Infrastrukturen keine verwendet gilt das Kriterium als erfüllt. Teilweise erfüllt, wenn die Betreibenden auf ihren Gebieten keine invasiven Spezien zulassen. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn keine Massnahmen gegen invasive Spezien unternommen werden.

Aspekt ^{o4}	Inhalt	Indikator
°34 Kriterium «Besuch von Naturgebieten»	Die Betreibenden der Übernachtungsmöglichkeiten und Angebote halten sich beim Bewerben und Besuchen von Naturgebieten (durch die Touristen) an vorhandene Leitfäden und Standards und bemühen sich den negativen Einfluss (Verschmutzung etc.) zu verringern.	Das Kriterium wird anhand der Form der Besuche in Naturgebiete beurteilt. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn die Betreibenden lokale Standards und Leitfäden beim Bewerben und Besuchen von Naturgebieten anwenden und mit lokalen Schutzorganisationen zusammenarbeiten, um sensible Gebiete zu vermeiden. Teilweise erfüllt, wenn die lokalen Leitfäden und Standards angewendet werden oder Rücksicht auf sensible Gebiete genommen wird und als nicht erfüllt, wenn keine Anstrengungen bestehen.
°35 Kriterium «Umgang mit Wildtieren»	Interaktionen mit Wildtieren werden so gestaltet, dass keine negativen Einflüsse für die Wildtiere entstehen und diese sich nicht an das Vorhandensein von Menschen gewöhnen oder von diesen Abhängig werden (Futter) und somit ihr Verhalten ändern.	Das Kriterium wird anhand des Umgangs bei Kontakt mit Wildtieren geprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn der direkte Kontakt (speziell Fütterung) vermieden wird. Als teilweise erfüllt, wenn der direkte Kontakt nicht vermieden wird. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn Wildtiere aktiv gefüttert werden und somit ihr angestammtes Verhalten ändern.
°36 Kriterium «Tierwohl»	Es werden keine Wildtiere gehalten, vermehrt oder erworben ausser es handelt sich dabei um autorisierte Personen mit entsprechender Ausrüstung. Das Tierwohl wird geachtet und auf höchstem Niveau angewendet.	Das Kriterium wird anhand des Umgangs mit den domestizierten Tieren geprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium, wenn keine Wildtiere gehalten werden (ausser spezielle Zuchtprogramme) und domestizierte Tiere entsprechende Lebensbedingungen haben (Futter, Unterschlupf etc.). Teilweise erfüllt, wenn Wildtiere, unter lokalen und internationalen Vorgaben, gehalten werden und domestizierte Tiere entsprechende Lebensbedingungen haben. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn Wildtiere ohne Rücksichtnahme auf Vorgaben gehalten werden oder domestizierte Tiere unwürdig behandelt werden.
°37 Kriterium «Wildtierjagd und Handel»	Wildtiere werden nicht gejagt, konsumiert, ausgestellt, verkauft oder gehandelt. Ausnahme besteht bei regulierten Aktivitäten (Wildtierzucht, gezielte Abschlüsse etc.) unter Beachtung von lokalen und internationalen Standards.	Das Kriterium wird anhand des Umgangs mit Wildtierjagd und dem Handel überprüft. Als erfüllt gilt das Kriterium wenn keine Wildtiere kommerzialisiert werden (ausser aus Zuchten oder gezielten Abschlüssen) und die Touristen über den Umgang mit Wildtierjagd und allfällige Verbote von Handel informiert werden. Als teilweise erfüllt, wenn keine Wildtiere kommerzialisiert werden (ausser aus Zuchten oder gezielten Abschlüssen) aber keine Informationen für die Touristen zur Verfügung bestehen. Als nicht erfüllt gilt das Kriterium, wenn Wildtiere kommerzialisiert werden.

Anhang °2: Angebotsskizze

Kernthema. Das zentrale Element meines Angebotes ist ...

Die bestehenden Fincas und deren Produkte (Übernachtung, Verpflegung, Führungen etc.) in ein gemeinsames Angebot zu integrieren. Es soll dazu führen, dass mehr Touristen die Fincas besuchen und diese bekannter werden. Ein weiterer Fokus liegt auf der gemeinsamen Vermarktung.

Angebotsidee. Bei meinem Angebot geht es um ...

Das Erstellen von einigen Routen in unterschiedlichen Themenbereichen (Natur, Kultur, Geschichte), um die Fincas miteinander zu verbinden. Konkret sollen Routen entstehen, die zum Teil zu Fuss, mit dem Fahrrad oder einem Transfer bewältigt werden.

Zielgruppe. Meine gewünschten Gäste sind (Beschreibung von Herkunft, Einkommen, Geschlecht, Alter, Bildungsgrad etc.) ...

Vornehmlich kleine Gruppen und Paare (2-6 Personen) bestehend aus internationalen Touristen. Der Fokus liegt bei den 20-39 Jährigen, die an Natur- und Kulturangeboten interessiert sind und über ein erhöhtes Tagesbudget (eher bei 80 US-\$ als bei 20 US-\$) verfügen. Ausserdem wird ein Augenmerk auf die Gruppe der «Best Agers» gelegt, da diese in Zukunft wichtig werden.

Aktivitäten. Gelegenheit zu Sport und Bewegung bietet sich den Gästen bei(m) ...

Spaziergängen / Führungen / Fahrrad fahren / Wanderungen / z.T. schwimmen / Reiten

Gestaltung und Inszenierung. Eine besondere Atmosphäre erleben die Gäste bei(m) ...

Durch die Berglandschaft und unterschiedlichen Vegetationen aufgrund der Höhenunterschiede. Ausserdem in den Fincas, die schön hergerichtet und zum Teil geschichtsträchtig sind.

Angesprochene Erlebnisformen, Sinne, Hilfsmittel. Sind besonders wichtig bei(m) ...

Der Katalysator ist die Natur- und Kulturlandschaft, diese spricht die Sinne der Zielgruppe an und inspiriert zum Verweilen und Nachdenken. Durch die Routen und zusätzlichen Produkte werden unterschiedliche Erlebnisformen (Fahrrad, zu Fuss, Transfer) angesprochen und bieten eine ausgewogene Abwechslung.

Besucherlenkung. Die Gäste werden z.B. durch die Landschaft geführt bei(m) ...

Durch die vorgegebenen Routen und das Tagesprogramm ist die Besucherlenkung optimal abgedeckt. So ist eine Abgrenzung des Angebots möglich und ein Start- sowie Endpunkt ist klar erkennbar.

Wohlbefinden. Erholung und Ruhe, Gemütlichkeit, Genuss oder besondere Erlebnisse sind sehr wichtig bei(m) ...

Es wird angestrebt, dass genügend Zeit, auf der jeweiligen Finca, zum Verweilen besteht, wo sich die Touristen erholen können. Auch besteht so die Möglichkeit die Grundstücke alleine erkunden zu können. Durch die Verortung ist Ruhe, Reinheit (Sauberkeit, hohe Luftqualität etc.) und der Bezug zur Natur automatisch gegeben.

Auch wird angedacht, dass pro Route ein Höhepunkt eingebaut wird (Besuch von speziellem Ort, Dorf (Kultur), oder Stern-/ Vogelbeobachtung, Ausflug zu Aussichtspunkt)

Gästerückmeldung. Die Gäste geben mir Rückmeldung bei(m) ...

Via einem Rückmeldesystem am Ende der Tour und im Internet via Tripadvisor.

Anhang °3: Auswertung der Fragebogen der Fincas (Bestandsaufnahme)

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
<p>Lugar</p> <p>Nombre de la Finca: Centro ecológico san Antonio de Aritumayu y Encargado: Verónica Andrade</p> <p>Ubicación: Aritumayu</p> <p>Coordenadas GPS y Altura: S18° 59.082' W65° 21.844', 3'100 msnm.</p>			
Hospedaje			
<ol style="list-style-type: none"> Desde cuando esta en función: 10 años Cuántas habitaciones hay: 8 habitaciones y 2 cabañas Cuántas personas máximo: 48 Mínimo de personas para funcionar: 2 personas mínimo Precio por persona por noche (y que esta incluido?): 140 BOB con desayuno (50 BOB el almuerzo completo, 40 la cena completa) Flujo de turismo por mes (porcentaje): depende si trabajan con estudiantes. Mas o menos 70 personas al mes. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): temporada alta durante días santas y feriados, semana santa etc. / cerrado junio-agosto Que importancia tiene el turismo: el turismo hace 30% pero ahora es necesario y hay que empujarlo. (el mantenimiento hacen los hijos) Nivel de hospedaje: medio (rustico) Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): solo bolivianos de todo edad y grupos. Muy variados. / extranjeros no hay. Cual servicios ofrecen: alimentación, recreación, cabalgatas, caminatas, bicicleta, educación del medio ambiente, congresos (etc.) Como llega la gente al lugar: el transporte cuesta 30 BOB hasta la hacienda (bus). Se puede venir solitos (hay taxi hasta la carretera) Como se maneja en un caso de emergencia: siempre hay movilidad, no hay teléfono pero hay radio 			
Alrededor			
<ol style="list-style-type: none"> Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): no Que es especial del lugar (USP): el entorno, silencio / energía especial Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): con la Universidad san Javier (ingeniería ambiental, arquitectura) Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): con colegios (educación ambiental) Como es la relación con las comunidades: no esta buena, roban madera y destruyen el bosque (hay que darles plata) Los habitantes de la región están abierto al turismo: no 			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Promoción			
<ol style="list-style-type: none"> Que tipo de promoción hacen: hay tríplicas, hay una pagina web y en el Facebook Como y donde hacen la promoción: en el internet, fueron a un congreso a Perú Trabajan con alguien para promocionarse: no Están en el tripadvisor: no Como se puede hacer reservas: llamada por el teléfono, por email y en sucre en la oficina Como se comunica con los clientes (email, teléfono): con el teléfono y email, en sucre en la oficina Que idiomas hablan: castellano, quechua, ingles básico 			
Adicional			
<ol style="list-style-type: none"> Cual es la esperanza del futuro: hacer un buen marketing (local e internacional) Algo para aumentar: nos vamos a hacer un film con una drone / hay pumas de vez en cuando 			
Inventario de las existencias	24.05.2017	-1-	-2-

Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar Nombre de la Finca: Refugio Andino Bramadero Encargado: Don Raúl Ubicación: Comunidad de Punilla Coordenadas GPS y Altura: S18° 58.891' W65° 23.756', 3'421 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: 25 años 2. Cuntas habitaciones hay: 12 dormitorios (5 cabañas, 1 edificio) 3. Cuntas personas máximo: 42 4. Mínimo de personas para funcionar: fin de semana 2 personas, durante la semana 8 personas 5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): 350 BOB p.p. incl. transporte desde sucre, agua caliente, alimentación completa, los paseos, astronomía, leña 6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): muy irregular (bajaba de 500 personas al año a 200 personas al año) 7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): no hay, lleno esta durante días feriados, carnavales, fiestas santos (esta abierto todo el año) 8. Que importancia tiene el turismo: 100% 9. Nivel de hospedaje: alta 10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): 50% extranjeros, en general parejas, no hay grupos 11. Cual servicios ofrecen: astronomía, observación de aves y nubes, alimentación, 14 caminatas, piscina caliente, sauna (pronto) 12. Como llega la gente al lugar: se puede venir solo pero mejor con Don Raúl 13. Como se maneja en un caso de emergencia: Nunca avia / hay un puesto medica en Punilla, no hay teléfono pero siempre hay un coche			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): El camino del canal del agua, hay bosques, se puede ir al mirador de Managua, se puede ir a ver tijera y pinturas rupestres 15. Que es especial del lugar (USP): la naturaleza, la limpieza 16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no hay 17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): no hay 18. Como es la relación con las comunidades: excelente, (ayuda con las multas y aparte de vez en cuando con camisas de futbol o algo) 19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: no tienen interés, no hay problema solo quizás de noche.			
Inventario de las existencias	25.06.2017	-1-	
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: ahora nada (solo en el Facebook) / antes avia dos paginas web pero no funcionaba 21. Como y donde hacen la promoción: no hacen 22. Trabajan con alguien para promocionarse: no tienen 23. Están en el tripadvisor: no 24. Como se puede hacer reservas: por teléfono o email o whatsapp 25. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): igual que *24 26. Que idiomas hablan: castellano, quechua, italiano			
Adicional			
27. Cual es la esperanza del futuro: que el lugar funcionara como hotel / además van a poner un restaurante 28. Algo para aumentar: no			
Inventario de las existencias	25.06.2017	-2-	

Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“					
Lugar					
Nombre de la Finca: Centro ecológico juvenil en Cajamarca					
Encargado: Anselmo Ari (2 mas)					
Ubicación: Cajamarca					
Coordenadas GPS y Altura: S18° 57.904' W65° 23.528'; 3'295 msnm.					
Hospedaje					
<ol style="list-style-type: none"> Desde cuando esta en función: 17 años Cuántas habitaciones hay: 2 habitaciones compartidas y 3 casas familiares Cuántas personas máximo: 68 mas o menos Mínimo de personas para funcionar: siempre atiendan Precio por persona por noche (y que esta incluido?): 30 BOB el alojamiento en el compartido y 400 por casa familiares (recomiendan sleeping) (por grupos pequeños se puede cocinar) Flujo de turismo por mes (porcentaje): irregular. Están a full durante feriados etc. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): noviembre hasta febrero y marzo-abril Que importancia tiene el turismo: 50% el turismo 50 % la carpintería (esta bajando la carpintería) Nivel de hospedaje: bien rustico pero cómodo Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): normalmente jóvenes, 30% extranjeros, amantes de la naturaleza, iglesias cristianas Cual servicios ofrecen: hospedaje, educación ambiental, en el futuro alimentación, bicicleta desde sucre, piscina Como llega la gente al lugar: hacen los contactos con el taxi o privado Como se maneja en un caso de emergencia: hay un puesto de medicina en Punilla, no siempre hay movilidad 					
Alrededor					
<ol style="list-style-type: none"> Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): ir al río, miradores, pinturas rupestres, fiesta de Chataquila (1 vez por año) Que es especial del lugar (USP): el ecosistema y el bosque, es auto sostenible Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): hosting international, tienen voluntarios de alemaña Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no tienen Como es la relación con las comunidades: hay un par de dificultades pero esta mejorando, participan ahora en las reuniones Los habitantes de la región están abierto al turismo: si, ahora están acostumbrados 					
Promoción					
<ol style="list-style-type: none"> Que tipo de promoción hacen: Trípticos, boca a boca, pagina web Como y donde hacen la promoción: en los hoteles y las agencias 					
Inventario de las existencias	25.06.2017	-1-	Inventario de las existencias	25.06.2017	-2-

Gregor Müller, UI14	ZHAW	Inventario de las existencias „Finca Trail“	Gregor Müller, UI14	ZHAW	BA Finca Trail	Lugar					
						Nombre de la Finca: Hacienda Huata					
						Encargado: Paola Villaroel					
						Ubicación: Huata					
						Coordinadas GPS y Altura: S18° 58.976' W65° 14.605', 2'512 msnm.					
						Hospedaje					
						1. Desde cuando esta en función: 5 años					
						2. Cuantas habitaciones hay: 10 habitaciones y 3 cabañas					
						3. Cuantas personas máximo: entre 30 y 35					
						4. Mínimo de personas para funcionar: siempre funciona hasta con una persona					
						5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): entre 30 BOB y 35 \$ (solo dormir)					
						6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): normalmente cambia mucho, lleno por Feriados (Navidad etc.) / hay mas extranjerios como 80%					
						7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre esta abierto					
8. Que importancia tiene el turismo: es lo mas importante ahora											
9. Nivel de hospedaje: medio alto											
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): de alto nivel, muchos alemanes, desde 30 por arriba											
11. Cual servicios ofrecen: alimentación completo, piscina, caminatas, transporte diario, moto y quadras, matrimonios, eventos,											
12. Como llega la gente al lugar: solitos y con el transporte del lugar (no esta incluido) / no hay transporte publico											
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un teléfono fijo y en coche son solo 15 minutos hasta el hospital											
Alrededor											
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): las patas de los dinosaurios, caminatas, 7 cascadas son 40 minutos, 36km hasta el próximo pueblo											
15. Que es especial del lugar (USP): Hacienda era de un ex presidente, naturaleza, agua purificada, aguas temperadas											
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no existen											
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): no existen											
18. Como es la relación con las comunidades: excelente porque pagan un parte y participan en las reuniones											
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: no, pero se puede charlar											
Promoción											
20. Que tipo de promoción hacen: en una entrevista escrita, por la pagina web y facebook											
21. Como y donde hacen la promoción: en la entrevista											

Gregor Müller, UI14	ZHAW	Inventario de las existencias „Finca Trail“	Gregor Müller, UI14	ZHAW	BA Finca Trail	Lugar					
						Nombre de la Finca: Hacienda Huata					
						Encargado: Paola Villaroel					
						Ubicación: Huata					
						Coordinadas GPS y Altura: S18° 58.976' W65° 14.605', 2'512 msnm.					
						Hospedaje					
						1. Desde cuando esta en función: 5 años					
						2. Cuantas habitaciones hay: 10 habitaciones y 3 cabañas					
						3. Cuantas personas máximo: entre 30 y 35					
						4. Mínimo de personas para funcionar: siempre funciona hasta con una persona					
						5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): entre 30 BOB y 35 \$ (solo dormir)					
						6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): normalmente cambia mucho, lleno por Feriados (Navidad etc.) / hay mas extranjerios como 80%					
						7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre esta abierto					
8. Que importancia tiene el turismo: es lo mas importante ahora											
9. Nivel de hospedaje: medio alto											
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): de alto nivel, muchos alemanes, desde 30 por arriba											
11. Cual servicios ofrecen: alimentación completo, piscina, caminatas, transporte diario, moto y quadras, matrimonios, eventos,											
12. Como llega la gente al lugar: solitos y con el transporte del lugar (no esta incluido) / no hay transporte publico											
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un teléfono fijo y en coche son solo 15 minutos hasta el hospital											
Alrededor											
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): las patas de los dinosaurios, caminatas, 7 cascadas son 40 minutos, 36km hasta el próximo pueblo											
15. Que es especial del lugar (USP): Hacienda era de un ex presidente, naturaleza, agua purificada, aguas temperadas											
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no existen											
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): no existen											
18. Como es la relación con las comunidades: excelente porque pagan un parte y participan en las reuniones											
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: no, pero se puede charlar											
Promoción											
20. Que tipo de promoción hacen: en una entrevista escrita, por la pagina web y facebook											
21. Como y donde hacen la promoción: en la entrevista											

Gregor Müller, UI14	ZHAW	Inventario de las existencias „Finca Trail“	Gregor Müller, UI14	ZHAW	BA Finca Trail	Lugar					
						Nombre de la Finca: Hacienda Huata					
						Encargado: Paola Villaroel					
						Ubicación: Huata					
						Coordinadas GPS y Altura: S18° 58.976' W65° 14.605', 2'512 msnm.					
						Hospedaje					
						1. Desde cuando esta en función: 5 años					
						2. Cuantas habitaciones hay: 10 habitaciones y 3 cabañas					
						3. Cuantas personas máximo: entre 30 y 35					
						4. Mínimo de personas para funcionar: siempre funciona hasta con una persona					
						5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): entre 30 BOB y 35 \$ (solo dormir)					
						6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): normalmente cambia mucho, lleno por Feriados (Navidad etc.) / hay mas extranjerios como 80%					
						7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre esta abierto					
8. Que importancia tiene el turismo: es lo mas importante ahora											
9. Nivel de hospedaje: medio alto											
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): de alto nivel, muchos alemanes, desde 30 por arriba											
11. Cual servicios ofrecen: alimentación completo, piscina, caminatas, transporte diario, moto y quadras, matrimonios, eventos,											
12. Como llega la gente al lugar: solitos y con el transporte del lugar (no esta incluido) / no hay transporte publico											
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un teléfono fijo y en coche son solo 15 minutos hasta el hospital											
Alrededor											
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): las patas de los dinosaurios, caminatas, 7 cascadas son 40 minutos, 36km hasta el próximo pueblo											
15. Que es especial del lugar (USP): Hacienda era de un ex presidente, naturaleza, agua purificada, aguas temperadas											
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no existen											
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): no existen											
18. Como es la relación con las comunidades: excelente porque pagan un parte y participan en las reuniones											
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: no, pero se puede charlar											
Promoción											
20. Que tipo de promoción hacen: en una entrevista escrita, por la pagina web y facebook											
21. Como y donde hacen la promoción: en la entrevista											

[illegible]

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“ Lugar Nombre de la Finca: <i>Alberge Socio Cultural Picili</i> Encargado: <i>La comunidad (condor trekkers, jhonny sainz)</i> Ubicación: <i>Origen Picili (Municipio Tarabuco)</i> Coordenadas GPS y Altura: <i>S19° 13.250' W64° 53.566', 3'327' msnm.</i>			
Hospedaje <ol style="list-style-type: none"> Desde cuando esta en función: <i>Desde Septiembre (Tour desde 2010)</i> Cuántas habitaciones hay: <i>3 habitaciones (antes dormirán en carpa)</i> Cuántas personas máximo: <i>15 personas</i> Mínimo de personas para funcionar: <i>2-3 personas</i> Precio por persona por noche (y que está incluido?): <i>50 BOB por persona (alojamiento, cena, desayuno)</i> Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>muy bajo (1 tour por mes a 5 personas)</i> Temporada alta de servicio (cuando está abierto o cerrado): <i>junio-agosto (lo hacen todo el año)</i> Que importancia tiene el turismo: <i>el restaurante y los tours</i> Nivel de hospedaje: <i>hospedaje para mochileros y tours organizados</i> Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>100% extranjeros, mochileros, salud económica, en parejas</i> Cuales servicios ofrecen: <i>caminatas, mas el mercado local, visita a las familias, cena y desayuno tradicional, alojamiento</i> Como llega la gente al lugar: <i>caminando o en transporte privado, no hay publico (de Picili a Tarabuco)</i> Como se maneja en un caso de emergencia: <i>hospital de primer nivel en Tarabuco, hay señal de teléfono en Picili</i> 			
Alrededor <ol style="list-style-type: none"> Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>canyon de Icla (hay para bañarse, rapeler, escalar), mercado de Tarabuco, comunidad de Lupiara, comunidad de la candelaria, comunidad de icla, se puede hacer trekking, interaccion con los niños de la escuela y ver tijeras</i> Que es especial del lugar (USP): <i>la forma de vida que tiene la gente que vive ahí (el tour se enfoca en eso), todo natural nada armado</i> Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>el condor trekking (hace el proyecto, que lo mantiene)</i> Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): <i>trabajan con los comunarios</i> Como es la relación con las comunidades: <i>durante 7 años y por el alberge se ha madurado, la relación es muy bien</i> Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si.</i> 			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Promoción <ol style="list-style-type: none"> Que tipo de promoción hacen: <i>solo triptico, pagina web</i> Como y donde hacen la promoción: <i>en el condor trekkers y en el restaurante, traigan los triptico a los hostales</i> Trabajan con alguien para promocionarse: <i>no, pero ahora con el soysucre.info</i> Están en el tripadvisor: <i>condor trekkers si, Picili no</i> Como se puede hacer reservas: <i>por el condor trekkers (mail y teléfono o agencia)</i> Como se comunica con los clientes (email, teléfono): <i>email, después se presente en el condor o se busca en su lugar</i> Que idiomas hablan: <i>castellano, ingles, francés, quechua</i> 			
Adicional <ol style="list-style-type: none"> Cual es la esperanza del futuro: <i>dar un pilar mas al ingreso a la comunidad, promover el turismo comunitario</i> Algo para aumentar: <i>la finalidad de condor trekkers es promover el turismo receptivo, hay experiencia en poner un alberge</i> 			
Inventario de las existencias	26.06.2017	-2-	

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y donde hacen la promoción: <i>-</i>			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: <i>-</i>			
23. Están en el tripadvisor: <i>-</i>			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y donde hacen la promoción: <i>-</i>			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: <i>-</i>			
23. Están en el tripadvisor: <i>-</i>			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y donde hacen la promoción: <i>-</i>			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: <i>-</i>			
23. Están en el tripadvisor: <i>-</i>			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y donde hacen la promoción: <i>-</i>			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: <i>-</i>			
23. Están en el tripadvisor: <i>-</i>			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y donde hacen la promoción: <i>-</i>			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: <i>-</i>			
23. Están en el tripadvisor: <i>-</i>			
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: <i>Hacienda Santa Catalina</i>			
Encargado: <i>Marco (Pueblo Chico)</i>			
Ubicación: <i>Santa Catalina</i>			
Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta muy cerca a la ciudad de Sucre)			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: <i>a partir del fin del año (mas o menos)</i>			
2. Cuntas habitaciones hay: <i>6 habitaciones dobles con baños compartidos</i>			
3. Cuntas personas máximo: <i>entre 24-30</i>			
4. Mínimo de personas para funcionar: <i>va a estar siempre abierto</i>			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): <i>no se sabe todavía (clase media)</i>			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): <i>- a partir de septiembre hay bodas en los sabados</i>			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): <i>-</i>			
8. Que importancia tiene el turismo: <i>50% hospedaje 50% restaurante (en el mismo lugar)</i>			
9. Nivel de hospedaje: <i>medio</i>			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): <i>-</i>			
11. Cual servicios ofrecen: <i>alimentación completo, piscina, transporte diario (hay publico), matrimonios, eventos, espacio de recreación, vivero donde uno puede trabajar, mirador, vinoteca</i>			
12. Como llega la gente al lugar: <i>hay transporte publico (es muy accesible)</i>			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: <i>esta a 2km de un hospital</i>			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): <i>5x por año hay ferias, pista de motocross, cerca de sucre (transporte publico), mercado grande al lado</i>			
15. Que es especial del lugar (USP): <i>la hacienda es un lugar muy mágico si todo sería bien arreglado, típica hacienda</i>			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): <i>no existen</i>			
17. Que colaboraciones existen (artesania, alimentos): <i>no existen</i>			
18. Como es la relación con las comunidades: <i>bien porque les ayudan (hicieron el agua y acceso etc.)</i>			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: <i>si, porque pueden vender sus cosas</i>			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: <i>-</i>			
21. Como y			

Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: oasis boliviano			
Encargado: Trevor Hirsche			
Ubicación: Tejahuasi			
Coordenadas GPS y Altura: S18° 56.865' W65° 07.850', 1'974 msnm.			
Hospedaje			
<ol style="list-style-type: none"> Desde cuando esta en función: 8 meses Cuántas habitaciones hay: 3 habitaciones Cuántas personas máximo: 9 personas Mínimo de personas para funcionar: 1 persona Precio por persona por noche (y que esta incluido?): 120 BOB hasta 200 BOB (con desayuno, hospedaje y piscina) Flujo de turismo por mes (porcentaje): variable como 1 grupo por mes Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre esta abierto Que importancia tiene el turismo: el turismo es la fuente del ingreso Nivel de hospedaje: como un hostel Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): familias mixtas y mochileros Cual servicios ofrecen: hospedaje, caminatas, educación ambiental, piscina, actividades en el jardín, bicicleta desde Sucre, voluntarios Como llega la gente al lugar: hay transporte publico o taxi o bicicleta Como se maneja en un caso de emergencia: hay una ambulancia y un puesto de medicina en las palmas 			
Alrededor			
<ol style="list-style-type: none"> Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): el río es una atracción, caminatas en las huertas, hay miradores Que es especial del lugar (USP): el trabajo con la comunidad y con el medio ambiente es autentico Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): con el condor trekkers (bicicleta) Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no tienen Como es la relación con las comunidades: esta muy bien ahora (sabe hablar quechua) Los habitantes de la región están abierto al turismo: si estan abiertos 			
Promoción			
<ol style="list-style-type: none"> Que tipo de promoción hacen: letreros en la carretera, trípticos, internet Como y donde hacen la promoción: airbnb, Facebook, pagina web, trabajar con agencias Trabajan con alguien para promocionarse: condor trekkers, haku trekking, casa de turismo Están en el tripadvisor: si Como se puede hacer reservas: airbnb, email, teléfono, whatsapp, facebook 			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias			
Adicional			
<ol style="list-style-type: none"> 25. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): email y teléfono 26. Que idiomas hablan: castellano, ingles, francés 27. Cual es la esperanza del futuro: que el turismo sea sostenible con la cultura y la naturaleza 28. Algo para aumentar: no 			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias			
Adicional			
<ol style="list-style-type: none"> 25. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): email y teléfono 26. Que idiomas hablan: castellano, ingles, francés 27. Cual es la esperanza del futuro: que el turismo sea sostenible con la cultura y la naturaleza 28. Algo para aumentar: no 			

-2-

05.07.2017

Inventario de las existencias

-1-

05.07.2017

Inventario de las existencias

Gregor Müller, U114	BA Fincatrail	ZHAW	Gregor Müller, U114	BA Fincatrail	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“ Lugar Nombre de la Finca: Nucleo Indígena Agro-Artesanal Jatun Yampara Encargado: Tursucre (agencia) Ubicación: Comunidad Campuck'o Coordenadas GPS y Altura: - (no hay data, esta en el camino desde la ciudad de Sucre a Tarabuco)			20. Que tipo de promoción hacen: Folletos, pagina web (ahora van a poner un Facebook) 21. Como y donde hacen la promoción: fueron a ferias para promocionarlo, con agencias de Sucre (pero no funciona) 22. Trabajan con alguien para promocionarse: no (tienen propio agencia) 23. Están en el tripadvisor: no, pero al propósito. 24. Como se puede hacer reservas: por el medio de tusimo sucre (agencia) 25. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): email 26. Que idiomas hablan: todas las idiomas (menos japonés, chino y ruso)		
Hospedaje 1. Desde cuando esta en función: 10 años 2. Cuantas habitaciones hay: 4 cabañas 3. Cuantas personas máximo: 16 personas 4. Mínimo de personas para funcionar: 2 personas 5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): 132\$ por persona (alojamiento, transporte desde Sucre, guía (cualquier idioma), ingreso a la comunidad, alimentación completo) 6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): 15 personas por mes, en general bajo 7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): Julio-Octubre, siempre esta abierto 8. Que importancia tiene el turismo: 100% 9. Nivel de hospedaje: servicio básico, baño privado (3 estrellas) 10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): europeos (90%), 3-edad, parejas 11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, venta de artesanía, alimentación, guía por la cultura 12. Como llega la gente al lugar: solo con la agencia (es la única forma), (Bus y Taxi NO pero se puede cambiar eso) 13. Como se maneja en un caso de emergencia: Puesta de medicina en Yamparaez (10 minutos en coche), siempre hay movilidad			Adicional 27. Cual es la esperanza del futuro: mejorar el flujo turístico 28. Algo para aumentar: no		
Alrededor 14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): visitar la escuela rural, cementerio, Tarabuco (mercado el domingo), visita del pueblo Yamparaez, hay fiestas 15. Que es especial del lugar (USP): la cultura (el acercamiento) 16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): No existen 17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): con el núcleo (comunidad) se trabaja intenso. 18. Como es la relación con las comunidades: excelente, no es comercial si no una colaboración. 19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: Si, mucho.			Inventario de las existencias 27.06.2017 -1-		
Promoción			Inventario de las existencias 27.06.2017 -2-		

Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			
Nombre de la Finca: La campana			
Encargado: Nico Koehorst			
Ubicación: Municipio Yotala			
Coordínadas GPS y Altura: S19° 09.717' W65° 16.020', 2'582 msnm.			
Hospedaje			
1. Desde cuando esta en función: No se sabe todavía			
2. Cuantas habitaciones hay: 2 cabañas (1 ahora, 1 en el futuro)			
3. Cuantas personas máximo: 2-4 personas			
4. Mínimo de personas para funcionar: 1 persona			
5. Precio por persona por noche (y que esta incluido?): no se sabe, intermedio (100 BOB, solo hospedaje)			
6. Flujo de turismo por mes (porcentaje): no se sabe, en el pueblo esta la gente por los fin de semanas			
7. Temporada alta de servicio (cuando esta abierto o cerrado): siempre va a estar abierto			
8. Que importancia tiene el turismo: 50%			
9. Nivel de hospedaje: medio, hasta medio alto			
10. Que tipo de gente viene (nacionalidad, edad, nivel): imaginando, gente que le gusta la naturaleza, bolivianos y extranjeros			
11. Cual servicios ofrecen: hospedaje, comida, guía de aves, la granja educativo			
12. Como llega la gente al lugar: hay transporte publico, en el futuro con transporte privado			
13. Como se maneja en un caso de emergencia: hay un poste de salud en Yotala			
Alrededor			
14. Que se puede hacer aparte en la región cercana (actividades): caminata a Nucchu, visitar el pueblo (y los servicios de ahí), andar en caballo,			
15. Que es especial del lugar (USP): la granja y los animales y el acceso al pueblo			
16. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no, hasta no quiere (quizás por la granja)			
17. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no hasta no quiere			
18. Como es la relación con las comunidades: no se sabe todavía, pero si hay reuniones			
19. Los habitantes de la región están abierto al turismo: si están abierto			
Promoción			
20. Que tipo de promoción hacen: no se sabe todavía, seguro con el finca trail			
21. Como y donde hacen la promoción: no se sabe todavía			
22. Trabajan con alguien para promocionarse: no se sabe todavía			
23. Están en el tripadvisor: no			
24. Como se puede hacer reservas: teléfono y email			
Gregor Müller, U14	BA Fincatrail	ZHAW	ZHAW
Inventario de las existencias „Finca Trail“			
Lugar			

Anhang ° 4: Auswertung der Fragebogen der Transportmittel (Bestandsaufnahme)

Gregor Müller, UI14	BA Finca Trail	ZHAW
Transporte entre las Fincas (Inventario de las existencias)		
Empresa Nombre de la Empresa: William Núñez Encargado: William Núñez		
General		
1. Desde cuando esta en función: 14 años 2. Cuantas medios de transporte hay (y cuales): 2 vehículos (4x4), 1 vehículo (para cargar las cosas) 1 vehículo por la gente; 6 bicicletas 3. Cuantas personas máximo se puede transportar: 7 personas 4. Mínimo de personas para un transporte: hasta una persona 5. Cuantas veces cambias la aceite: cada 3'000 km 6. Cuantas veces cambias las guntas: trata de siempre tenerles nuevos. 7. Precio general por un transporte desde una finca a la otra: paquete hasta distrito 8 500 BOB; por bicicleta (tour) 250 BOB cada uno 8. Disponibilidad por el Finca Trail (hay tiempos que no etc.): hay que tener una exclusividad, pero si sale esto del finca trail se puede trabajar exclusivo con eso; temperado alta durante junio-septiembre 9. Además de transporte cuales servicios ofrecen: bicicletas, vehículo pequeño para transfer, guía 10. Como es el tour con los bicis: Desde el lugar mas alto de Sucre (Labra) hasta Yotala, incl. solamente una merienda y agua, dura desde las 9 hasta las 12. El precio básico es de 150 BOB (transporte público) – 250 BOB (transporte privado) 11. Como se maneja en un caso de emergencia: tratar de tener las turistas tranquilo, dar primeros auxilios		
Adicional		
12. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): cooperaciones así no hay pero hay que ser primero en la lista 13. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): condor trekkers, en general hay muchas agencias 14. Están en el tripadvisor: no 15. Como se puede hacer reservas: con las agencias y los clientes directo, por teléfono o email 16. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): con teléfono o email 17. Que idiomas hablan: castellano, inglés, quechua 18. Cuantas empresas de transporte hay en Sucre: 7 empresas 19. Algo para aumentar: es un lindo trabajo.		
Gregor Müller, UI14	BA Finca Trail	ZHAW
Cabalgatas entre las Fincas (Inventario de las existencias)		
Empresa Nombre de la Empresa: Centro ecuestre maya Encargado: Julio Uriarte		
General		
1. Desde cuando esta en función: desde 2009 2. Cuantas caballos hay: 5 caballos 3. Cuantas personas máximo se pueden ir: 4 personas 4. Mínimo de personas para un tour: 1 persona también 5. Precio general por un tour (y que esta incluido): 160 BOB a partir de dos, 200 BOB por una persona; caballo y transporte desde Sucre 6. Se puede ir solo alrededor de Yotala o también en otros lugares: hay recorridos de 1-4 horas; se puede ir casi hasta Tarabuco; de preferencia el tour tiene que empezar aca; 7. Disponibilidad por el Finca Trail (hay tiempos que no etc.): terapias a partir de las 4 de la tarde. En general siempre hay disponibilidad con avis adelantado. 8. Además del tour cuales servicios ofrecen: la gastronomía (quiere hacer comida cultural) igual mas por el turismo local, el hospedaje (quiere hacer un paquete con cena y todo), durante el tour se puede hacer fotos 9. Como es el tour con los caballos: las turistas llegan al lugar, se preparan (reciben instrucciones y dan las caballos adecuados), suben por el recorrido, al medio del recorrido se hace una pause para relajar, después de la pause se regresa al lugar 10. Como se maneja en un caso de emergencia: hay cascos (por protección), siempre hay un auto en el lugar, hay un hospital en Yotala		
Adicional		
11. Que cooperaciones existen (municipio, NGO etc.): no existen. 12. Que colaboraciones existen (artesanía, alimentos): no existen. 13. Están en el tripadvisor: no están. 14. Como se puede hacer reservas: directamente con las agencias, no hay pagina web, hay el Facebook 15. Como se comunica con los clientes (email, teléfono): por las agencias 16. Que idiomas hablan: castellano, inglés, quechua (un poco) 17. Cuantas empresas de cabalgatas hay en Sucre: 2 empresas (el otro es en labra) 18. Cual es la esperanza del futuro: quiere mejorar el proyecto para tener mas turistas, hay que hacer el turismo ahora pero después quiere hacer esto con la terapia (psicología) 19. Algo para aumentar: primero muchas gracias, es una esperanza para nosotros que nos ayudan. Nuestra esperanza es que podemos mejorar para vivir del turismo.		

-1-

07.07.2017

Transporte entre las Fincas

-1-

11.07.2017

Cabalgatas entre las Fincas

Anhang °5: Transkription des Leitfadeninterviews mit Fredy Hofmann

Gregor Müller, U14	Ba Finca Trail	ZHAW
<p>Leitfadeninterview mit Fredy Hofmann, Textilexperte und Kunsthändler aus Sucre</p> <p>Einleitung</p> <p>Fredy Hofmann, ursprünglich aus der Schweiz, lebt seit vielen Jahren in Bolivien. Als gelernter Textiler hat er im Umland von Sucre, im Auftrag der NGO Interteam, eine Organisation unterstützt die sich mit dem Erhalt der Tradition und Kultur, rund um die Webkunst der Region, beschäftigt. Somit verfügt er über viel Wissen rund um die Kultur und Geschichte der Region und wird daher als Experte herbeigezogen.</p> <p>Während dem Interview wurden Notizen gemacht. Die Auswertung wurde nicht als Filestext gemacht sondern pro Frage ein Abschnitt geschrieben. Dies dient zum Verständnis und Übersicht des Interviews.</p> <p>Generelle Informationen</p> <p>Wie sind Sie dazu gekommen, sich mit dem Textilhandwerk von Bolivien auseinanderzusetzen?</p> <p>Zuerst hat Fredy Hofmann acht Jahre in La Paz in verschiedenen Textilfirmen gearbeitet. Dann ging er zurück in die Schweiz, wo er weitere 24 Jahre auf dem Beruf gearbeitet hat. Dann entschloss er sich zurück nach Bolivien in Frühpension zu gehen, bekam aber aufgrund eines Zufalls (Kontakt durch seine Schwester, die ein Hilfswerk geleitet hatte) die Nachricht, dass in Sucre eine Stelle der besagten NGO offen war. Er erfüllte weiter alle zentralen Kriterien (Spanisch, kannte die lokale Kultur und ist Textiler) und somit arbeitete er einige Jahre weiter auf dem Gebiet, um die lokale Organisation am Schluss selbsttragend zu machen, bevor er sich zurückzog.</p> <p>Wie ist die Organisation aufgebaut? (Leitung, Arbeitsplätze, Finanzierung)</p> <p>Die indigene Kunsthandwerksorganisation (Asociacion arte indigena incapallay) verfügt über rund 220 Mitglieder (Weberinnen aus den umliegenden Dörfern), die in 15 Dorfgemeinschaften organisiert sind. Jede Dorfgemeinschaft verfügt über eine eigene Organisationsstruktur (Präsident, Buchhaltung etc.) von jeweils rund 3 Personen (je nach Grösse). Die übergeordnete Organisation setzt sich aus einem sieben köpfigen Präsidium zusammen. Ausserdem wird jedes Jahr eine GV veranstaltet wo jede Dorfgemeinschaft 2 Delegierte stellt um über die Geschäfte zu entscheiden (an dieser wird jeweils zweijährlich der Vorstand neu gewählt). Somit ist die Organisation sehr demokratisch aufgebaut. Ausserdem ist der Organisation ein Laden in Sucre angegliedert, der die Produkte verkauft.</p> <p>Anzeichen ist, dass die Organisation lange von Geldern von NGO's abhängig war, allerdings mittlerweile durch den Verkauf ihrer eigenen Produkte lebt. Dies wurde erreicht durch das Ausweiten des Verkaufs und der Filialen.</p> <p>Wo liegt der Fokus der Organisation?</p> <p>Die Organisation unterstützt primär die lokalen Bauernfamilien und fördert so den Erhalt der ruralen Kulturen.</p> <p>Wie ist das Zusammenspiel zwischen den einzelnen Akteuren? (Schlüsselpartner, Hindernisse)</p> <p>Zu Beginn hat die Administration nicht mit dem Verkauf und der Buchhaltung zusammengearbeitet. Das war ein grosses Problem, das behoben werden musste. Heute ist die Zusammenarbeit allerdings sehr gut und die ganze Organisation sieht sich als Team. Ausserdem ist ein innenwährendes Problem die Zusammenarbeit mit den Departementen der Regierung. Diese versuchte an einem Punkt die</p>		
Leitfadeninterview	27.06.2017	-1-
Gregor Müller, U14	Ba Finca Trail	ZHAW
<p>Organisation zu unterwandern und eigenen Organisationen zu gründen. Dies konnte aber durch die Mitglieder verhindert werden. Dementsprechend ist die Korruption in der Regierung ein grosses Problem. In den Dorfgemeinden (speziell unter den Dorfvorstzenden) ist die Aufstellung (beinahe reine Frauenorganisation) zum Teil ein Problem. Nicht alle Vorsitzenden sind einverstanden damit, allerdings konnte durch die Organisation und deren Arbeit die Stellung der Frauen verbessert werden. Dies auch dadurch, dass sie einen guten Nebenverdienst in die Familie bringen (ca. 50\$ im Monat, was viel Geld ist in Bolivien). Auch wird durch die Organisation eine grosse Sicherheit geboten, da sie garantiert die Stoffe abnehmen und direkt vor Ort bezahlen.</p> <p>Eine andere Gefahr stellen die Touristen dar, da diese zum Teil direkt bei den Frauen (auf Touren oder bei Besuchen) die Stoffe abkaufen und somit indirekt die Organisation unterwandern (es braucht lange ein Textil herzustellen). Wenn dies überhand nimmt, kann langfristig die Organisation die Abnahmegarantie nicht erfüllen, da sie nicht genügend Stoffe zum Verkauf hat und es kann dazu führen, dass die Qualität der Stoffe wieder abnimmt (Touristen verlangen vor Ort nicht die gleiche Qualität).</p> <p>Konkret zu den lokalen Kulturen</p> <p>Welches sind die Kulturen der Region? (Geschichte)</p> <p>Heute bestehen noch einige lokale Kulturen, allerdings sind nur zwei mit wesentlichem Einfluss und Grösse vorhanden (Yamparas und Jalq'a). Die Yamparas gehen auf die Zeit vor den Inkas zurück und sind somit seit langer Zeit in der Region. Sie waren im Vergleich zu anderen lokalen Kulturen und den Inkas gut organisiert. Auch muss erwähnt werden, dass die Inkas erst um ca. 1450 mit der Besiedlung dieses Gebietes begannen und somit relativ wenig Einfluss (abgesehen des Quechua) auf die Kultur hatten. Das Quechua wurde allerdings stark durch die Inkas gefördert. Sie brachten viele Menschen aus der Region um den Titicacasee und aus Ecuador in die Gegend. Speziell an den Yamparas ist, dass sie während der Besetzung durch die Spanier direkt zu diesen übergelaufen sind und ihnen z.B. Sucre ohne Umstände zur Besiedlung freigegeben haben. Dies darum, da sie sich primär der Herrschaft der Inkas entledigen wollten. Dadurch genossen sie einige einmalige Rechte, die ihnen die Spanier zugestanden. Sie mussten z.B. keine Sklaven stellen; die Stammesvorsitzenden durften in Sucre direkt neben den Spanier (an der Plaza) leben (dies war einzigartig in ganz Südamerika). Die Jalq'a entwickelten sich nach der Abgabe von Sucre an die Spanier. Durch die Gründung von Sucre war die Region Quila Quila nicht mehr relevant und so entwickelte sich die Kultur.</p> <p>Was zeichnet diese speziell aus? (Unterschiede zu anderen andinen Kulturen?)</p> <p>Am wichtigsten ist sicher die Weberei die einzigartig auf dem ganzen südamerikanischen Kontinent ist. Diese zeichnet sich durch den Reichtum an Details und der Webkunst aus. Es werden zum Teil mehrere Farben verwoben, Geschichten erzählt, und natürlich ist die Qualität der Stoffe hervorzuheben. Die Kleidungsstücke waren im Prinzip eine Identitätskarte jeder Familie. Anhand der Webereien konnten die jeweiligen Götter und Familien erkannt werden.</p> <p>Warum konnten sich diese trotz der spanischen Inquisition erhalten?</p> <p>Die Inquisition war in Südamerika nicht ganz so zentral wie in Europa. Die Spanier waren auf die indigenen Völker angewiesen, da sie Arbeiter für die Minen (in Potosi starben alleine 1-8 Millionen Menschen) und Landwirtschaft brauchten. Somit erlaubten sie die bestehenden Rituale beizubehalten und verpackten diese einläch in den Katholizismus. Dadurch gibt es heute auch so viele Heilige in Bolivien und Südamerika. Allerdings haben die Spanier irgendwann gemerkt, dass die indigene Bevölkerung in den Stoffen ihre Geschichten niederschrieb und auch Götter darauf verewigte. Dadurch wurde lange die meisten Symbole verboten. Hervorzuheben, ist die Gegend um Potosi, dort wurden die Webereien (Rov. Schwarz, Figuren) nicht verboten, da die Gegend schlichtweg nicht</p>		
Leitfadeninterview	27.06.2017	-2-

Gregor Müller, U14	Ba Finca Trail	ZHAW
<p>Interessant war für die Spanier (keine Bodenschätze, wenig Landwirtschaft, kein militärischer Punkt). Dies ist auch der Grund, dass die Jalt'a immer noch ihre äusserst charakteristischen Figuren haben. Nach Abzug der Spanier kamen aber die Geschichten der Yamparas wieder hervor. Neueste Stoffe zeigen Traktoren und Helikopter und sogar ein Fussballspiel. Allerdings wurde aus marketingtechnischen Gründen die Weberinnen dazu bewogen wieder vermehrt mit Tieren zu arbeiten.</p> <p>Warum haben sich die spanischen Inquisitoren im Umland von Sucre niedergelassen? (Klima, Ferien?)</p> <p>Im Umland von Sucre gab es grundsätzlich wenig Spanier (riesen Gebiet und wenige Spanier). Allerdings wurden für verdiente Generäle riesige Haciendas und Fincas eingerichtet. Diese lebten aber oftmals in der Stadt, da es auf dem Land durchaus gefährlich sein konnte. Die Haciendas sind aber nicht zu unterschätzen, da sie ein grosses Einkommen generierten.</p> <p>Wie war das Zusammenleben zwischen den spanischen Eroberern (Haciendas, Fincas) und der lokalen Bevölkerung (Dörfer)?</p> <p>Das Leben auf den Haciendas ist vergleichbar mit Lehnsherrschaften. Die indigene Bevölkerung wurde natürlich gebraucht für die Arbeit aber hatten wenige Rechte. Sie waren im Prinzip Leibeigene aber keine Sklaven (wegen den Sonderrechten). Die Spanier versuchten Sklaven aus Afrika anzusetzen, allerdings starben diese wegen der Höhe und Lebensbedingungen.</p> <p>Wie manifestiert sich die Verschmelzung der Kulturen?</p> <p>Ein Synkretismus hat natürlich stattgefunden. Dies zeigt sich stark in der Verschmelzung der Religionen. Es wurden die christlichen Werte der Spanier übernommen aber natürlich wurden die alten Rituale beibehalten. Speziell ist die Pachamama (Mutter Erde) die nicht verschmelzbar war und für die andinen Kulturen zentral und allgegenwärtig ist. Weiter zeigte sich die Verschmelzung auch stark in den Kleidungen. Durch die Kleidung wurden lange (zum Teil bis heute) die unterschiedlichen Schichten aufgezeigt. Die Spanier hatten ihre eigenen Kleidung, wie auch die Mestizen und die indigene Bevölkerung. Die Spanier brachten die Mode aus Europa, die zum Teil durch die lokale Bevölkerung übernommen und neu interpretiert wurde. Somit ist im Prinzip an der Kleidung ausser der Webart nichts original. Es fand eine starke Durchmischung statt. Auch ist natürlich das Quechua zu erwähnen, das durch die Inkas in die Region gebracht wurde und dann mit der spanischen Sprache verschmolzen ist.</p> <p>Vermarkung der Kultur</p> <p>Kann die Weberei in ein Angebot eingebaut werden? (Besuche der Webstätten, Kurse)</p> <p>Wenn es gut organisiert wird, kann ein Besuch etc. gut eingebaut werden. Allerdings gibt es Vorbehalte, da wie aufgezeigt die Qualität verloren gehen kann und die Organisation unterwandert werden kann. Auch stellt es sich als schwierig heraus, vor Ort kleine Läden aufzubauen, da die Frauen Angst haben vor Diebstahl oder schlichtweg kein Interesse daran haben sich mit dem Verkauf zu beschäftigen. Auch ist in den Dörfern (aufgrund der Lebensweise) Eigeninitiative schwierig, da immer das ganze Dorf beteiligt werden muss und somit ein Aufbau eines Ladens ebenfalls erschwert ist. Im Rahmen der Arbeit für die Organisation wurden Anstrengungen in diese Richtungen unternommen hatten aber keinen Erfolg. Auch ist das Problem, dass die Stoffe eigentlich einen hohen Wert haben (Arbeitsaufwand vergleichbar mit Perserteppich) und vor Ort nicht gerecht entlohnt werden.</p>		
Leitfadeninterview	27.06.2017	-3-
Gregor Müller, U14	Ba Finca Trail	ZHAW
<p>Geschichte von Sucre</p> <p>Warum wurde Sucre als Standort ausgewählt?</p> <p>Geografisch war die Region für die Inkas wie auch später für die Spanier wichtig. Die Inkas nutzten den Ort Tarabuco als Stützpunkt gegen die kriegesischen Stämme. Später wurde wie erwähnt, die Stadt Sucre gegründet, die lange eine der wichtigsten Städte in der Region war. Der Einfluss von Sucre erstreckte sich von Lima über ganz Bolivien bis hin zu Teilen von Brasilien, ganz Paraguay und einem Teil von Chile und dem Norden von Argentinien. Die Wichtigkeit von Sucre kann auch dadurch begründet werden, da Potosi (eine der reichsten und grössten Städte der Welt zu ihrer Blüte) in der Nähe lag. Allerdings lebten die Besitzer der Minen und Reichen eher in Sucre, da das Klima dort besser ist.</p> <p>Warum hat Sucre an Bedeutung verloren?</p> <p>Sucre war stark von den Reichtümern von Potosi und dem Cerro Rico abhängig. Als diese Reichtümer schwanden und viele Gebiete unabhängig wurden (Paraguay, Teile Argentiniens etc.) verlor auch die Stadt an Einfluss. Dazu kommt noch, dass La Paz aufgrund der Lage immer mehr an Bedeutung gewann und somit schlussendlich zum Regierungssitz wurde.</p> <p>Kontakt</p> <p>Fredy Hofmann / Textiler & Kunsthändler Galeria Arte y Cultura Sucre Audiencia 89 Sucre Bolivien Tel. +591 4 6433704</p>		
Leitfadeninterview	27.06.2017	-4-

Anhang °6: Vorlage der Nachhaltigkeitscheckliste

Nachhaltigkeitscheckliste «nachhaltiger Tourismus»

Karte des Gebietes

Infos zum Gebiet

Standort: ...

Gebietseingrenzung: ...

Anzahl Fincas:

Aufnahmedatum: __. __. __ / Kürzel: __

Überblick Kriterien

 erfüllt
  teilweise erfüllt
  nicht erfüllt

«nachhaltiges Management»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
«Wirtschaft»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
«Gesellschaft»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
«Umwelt»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kriterien im Detail

°1 Aspekt «nachhaltiges Management»

Notizen

°1 Kriterium «Managementsystem» Managementsystem ist auf nachhaltiger Basis aufgebaut. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Dokumentation / tw. erfüllt = Gedanke vorhanden aber keine Doku. / nicht erfüllt = kein Nachhaltigkeitsgedanken	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°2 Kriterium «Gesetzesbeachtung» Gesetze auf allen Ebenen werden geachtet. erfüllt = Respekt und Einhaltung der Gesetze / tw. erfüllt = Kenntniss der Gesetze aber nicht komplett angewendet / nicht erfüllt = keine Beachtung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°3 Kriterium «Kommunikation» Aktive Kommunikation im Sinne der Nachhaltigkeit. erfüllt = regelmässige Berichterstattung (Nachhaltigkeitsbericht) / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsbericht vorhanden aber keine regelmässige Kommunikation / nicht erfüllt = kein Bericht & Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°4 Kriterium «Einbezug der Mitarbeitenden» Miteinbezug der Mitarbeitenden in Nachhaltigkeitsmanagement. erfüllt = aktiver Miteinbezug / tw. erfüllt = Kenntnisse aber kein Miteinbezug in Entwicklung / nicht erfüllt = kein Miteinbezug oder Kenntnisse	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	

Kriterien im Detail

°1 Aspekt «nachhaltiges Management»

Notizen

°5 Kriterium «Gästezufriedenheit» Gästezufriedenheit wird überprüft und Rückmeldung eingeholt. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden und ausgewertet / tw. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Rückmeldesystem	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°6 Kriterium «Genauigkeit der Werbung» Werbematerial und Kommunikation ist akkurat und transparent. erfüllt = Werbung (Bilder, Flyer etc.) akkurat / tw. erfüllt = Werbung nur bedingt akkurat / nicht erfüllt = Werbung ist ungenau	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°7 Kriterium «Infrastruktur und Bauweise» Beachtung lokale Situation und Bauweise. erfüllt = lokale Situation beachtet, lokale Bauweise / tw. erfüllt = lokale Situation beachtet & nicht lokale Bauweise / nicht erfüllt = kein Rücksichtnahme auf Situation und Bauweise	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°8 Kriterium «Land-, Wasser-, und Eigentumsrechte» Beachtung der Rechte und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden & Konsent der lokalen Bevölkerung / tw. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°9 Kriterium «Nachhaltigkeitsverständnis» Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen sind vorhanden. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen vorhanden / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke oder Verhaltensinstruktionen vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°10 Kriterium «Zusammenarbeit» Zusammenarbeit mit Gemeinden und Entwicklung von nachhaltigem Tourismus. erfüllt = Mitarbeit in der Gemeinde & Zusammenarbeit mit NGO's (oder ähnlichen Inst.) / tw. erfüllt = Mitarbeit in der Gemeinde / nicht erfüllt = keine Mitarbeit in der Gemeinde	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	

°2 Aspekt «Wirtschaft»

Notizen

°11 Kriterium «Unterstützung der Gemeinschaft» Unterstützung beim Bau von öffentlichen Anlagen & Projekten (Klima). erfüllt = Unterstützung (mind. 3 Projekte) / tw. erfüllt = Unterstützung (1 Projekt) / nicht erfüllt = keine Unterstützung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°12 Kriterium «Lokale Anstellung» Chancengleichheit auf Anstellung für lokale Bevölkerung. erfüllt = 80% der Angestellten aus lokaler Bev. / tw. erfüllt = 50% der Angestellten aus lokaler Bev. / nicht erfüllt = weniger als 50% aus lokaler Bev.	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°13 Kriterium «Lokal Einkaufen» Lokalen Unternehmen bei Produkte- und Dienstleistungseinkauf. erfüllt = 80% der P. und D. von lokalen Unternehmen / tw. erfüllt = 50% der P. und D. von lokalen Unternehmen / nicht erfüllt = weniger als 50%	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°14 Kriterium «Lokale Unternehmen» Unterstützung von lokalen Unternehmen beim Verkauf von P. und D. erfüllt = pro Betrieb mind. 2 Partnerschaften / tw. erfüllt = pro Betrieb 1 Partnerschaft / nicht erfüllt = keine Partnerschaften	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	

Seite 2 von 5

Kriterien im Detail

°2 Aspekt «Wirtschaft»

	Notizen
°15 Kriterium «Ausbeutung und Unterdrückung» Implementierte Politik gegen Ausbeutung und Unterdrückung jeglicher Art. erfüllt = schriftliche Dokumentation und aktive Anwendung / tw. erfüllt = Kommunikation des Anliegens / nicht erfüllt = keine Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°16 Kriterium «Chancengleichheit» Erklärung zu Chancengleichheit ohne jegliche Diskriminierung. erfüllt = Erklärung vorhanden und angewendet / tw. erfüllt = Kommunikation des Anliegens / nicht erfüllt = keine Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°17 Kriterium «Arbeitsbedingungen» Bemühung zu anständigen Arbeitsbedingungen. erfüllt = gesetzlicher Arbeitsvertrag & faire Arbeitsbedingungen / tw. erfüllt = gesetzlicher Arbeitsvertrag aber keine fairen Arbeitsbedingungen / nicht erfüllt = kein Arbeitsvertrag	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°18 Kriterium «öffentliche Dienstleistungen» Zugang zu öffentlichen D. (Wasser etc.) wird der Bev. nicht verwehrt. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden und bewirtschaftet / tw. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Beschwerdesystem	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°19 Kriterium «Zugang zu Lebensunterhalt» Zugang zu Lebensunterhaltsquellen wird garantiert (Wasser, Wegrechte). erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden und bewirtschaftet / tw. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Beschwerdesystem	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt

°3 Aspekt «Gesellschaft»

	Notizen
°20 Kriterium «kulturelle Interaktion» Beachtung von Leitfäden bei Besuch von Kulturerbe und indigenen Gem. erfüllt = Leitfäden vorhanden und angewendet / tw. erfüllt = Leitfäden vorhanden aber ungenügend angewendet / nicht erfüllt = keine Leitfäden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°21 Kriterium «Schutz von kulturellem Erbe» Schutz von kulturellem Erbe und arch. Stätten und Zugang lokale Bev. erfüllt = regelmässige Spenden für Schutz & Vergünstigung für lokale Bev. / tw. erfüllt = regelmässige Spenden / nicht erfüllt = keine Spenden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°22 Kriterium «Präsentation von Kultur und Identität» Authentische Elemente der Kultur in allen Bereichen & intellektuelles Erbe der lokalen Bev. erfüllt = Grossteil der verkauften Gegenstände und Speisen aus lokaler Prod. 80% / tw. erfüllt = 50% der verkauften Gegenstände und Speisen aus lokaler Prod. 50% / nicht erfüllt = weniger als 50% bei verkauften Gegenständen und Speisen erreicht	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt
°23 Kriterium «Artefakte» Kein Handel oder Verkauf von Artefakten. Ausstellung nur gemäss Gesetz. erfüllt = Erlaubnis zur Verwendung dokumentiert & Verhinderung der Zerstörung durch Besucher / tw. erfüllt = nur dokumentierte Erlaubnis oder Verhinderung der Zerstörung / nicht erfüllt = keine Erlaubnis vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt

Kriterien im Detail

°4 Aspekt «Umwelt»

Notizen

°24 Kriterium «Energieeffizienz» Verringerung des Energieverbrauches & Einsatz von erneuerbarer Energie. erfüllt = Energieverbrauch aktiv verringert & erneuerbare Energien vorhanden / tw. erfüllt = Energieverbrauch aktiv verringern / nicht erfüllt = keine Anstrengungen vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°25 Kriterium «Wasserverbrauch» Wasserverbrauch wird verringert und Sensibilisierung der Touristen. erfüllt = Massnahmen zu Wassersparen und Sensibilisierung der Touristen für Verbrauch / tw. erfüllt = Massnahmen zu Wassersparen / nicht erfüllt = keine Massnahmen vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°26 Kriterium «CO2-Emissionen» CO2-Quellen verringern und Umstellung auf CO2-neutrale Betriebe. erfüllt = Verringerung CO2 Ausstoss & Umstellung CO2-neutraler Betrieb / tw. erfüllt = Verringerung CO2 Ausstoss / nicht erfüllt = keine Massnahmen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°27 Kriterium «Transport» Angebot von umweltfreundlichen Varianten (ÖV, Velo). erfüllt = alternative Angebote für Touristen und Angestellte / tw. erfüllt = alternative Angebote für Touristen / nicht erfüllt = keine Alternativen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°28 Kriterium «Abwasserentsorgung» Anteil entsorgtes Abwasser, das kontrolliert abgeführt wird. erfüllt = 100% des Abwassers unter Kontrolle / tw. erfüllt = 80% des Abwassers unter Kontrolle / nicht erfüllt = nicht kontrolliert entsorgt	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°29 Kriterium «Abfallentsorgung» Reduktion und Entsorgung von Abfall (auch Foodwaste). erfüllt = fachgerechte Entsorgung & Anstrengungen zu Reduktion / tw. erfüllt = fachgerechte Entsorgung / nicht erfüllt = keine fachgerechte Ents.	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°30 Kriterium «gefährliche Substanzen» fachgerechter Umgang mit gefährlichen Substanzen und Vermeidung. erfüllt = fachgerechte Handhabung & Austausch mit umweltfreundlichen Substanzen / tw. erfüllt = fachgerechte Handhabung / nicht erfüllt = kein spezieller Umgang mit gefährlichen Substanzen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°31 Kriterium «Reduktion der Verschmutzung» Verringerung der Verschmutzung in allen Bereichen (Lärm, Licht etc.). erfüllt = Kenntnis über Verschmutzung & Massnahmen zur Reduktion und Vermeidung / tw. erfüllt = Kenntnis über Verschmutzung & Massnahmen zur Vermeidung / nicht erfüllt = keine Anstrengungen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°32 Kriterium «Schutz der Biodiversität» Aktiver Schutz der Biodiversität (Schutzgebiete und Hot-Spots). erfüllt = Spenden für Schutzgebiete & Biodiv. förderung / tw. erfüllt = Spenden für Schutzgebiete oder Biodiv. förderung / nicht erfüllt = keine Spenden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	

Kriterien im Detail

°4 Aspekt «Umwelt»

Notizen

°33 Kriterium «Invasive Spezien» Vermeidung und Bekämpfung von invasiven Spezien. erfüllt = Aktionsplan zur Verringerung & aktive Bekämpfung & keine Verwendung bei Bautätigkeiten / tw. erfüllt = keine invasiven Pflanzen auf Grundstücken / erfüllt = keine Bekämpfung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°34 Kriterium «Besuch von Naturgebieten» Benützung von Leitfäden bei Besuch von Naturgebieten. erfüllt = Benützung von Leitfäden & Zusammenarbeit Schutzorganisationen (vermeidung sensible Gebiete) / tw. erfüllt = Benützung von Leitfäden oder Rücksichtnahme auf Gebiete / nicht erfüllt = keine Anstrengungen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°35 Kriterium «Umgang mit Wildtieren» Keine negativen Einflüsse (Verhaltensänderung) auf Wildtiere bei Kontakt. erfüllt = Direkter Kontakt vermieden / tw. erfüllt = Direkter Kontakt nicht vermieden aber nicht gesucht / nicht erfüllt = aktive Fütterung und Kon- takt zu Wildtieren	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°36 Kriterium «Tierwohl» Keine Haltung von Wildtieren (ausser Experte) & Tierwohl wird geachtet. erfüllt = keine Wildtierhaltung (ausser Experte) & artgerechte Haltung (domestizierte Tiere) / tw. erfüllt = Wildtierhaltung unter Vorgaben & art- gerechte Haltung (dom. Tiere) / nicht erfüllt = keine artgerechte Haltung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	
°37 Kriterium «Wildtierjagd und Handel» Keine Jagd und Handel von Wildtieren (ausser regulierte Aktivitäten). erfüllt = keine Wildtiere kommerzialisiert & Sensibilisierung der Touristen / tw. erfüllt = keine Wildtiere kommerzialisiert / nicht erfüllt = Wildtiere sind kommerzialisiert	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	

Notizen

Anhang °7: Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste

Nachhaltigkeitscheckliste «Kooperation der Fincas»

Karte des Gebietes



Infos zum Gebiet

Standort: Im Umkreis von rund 50km um Sucre.

Gebietseingrenzung: Das Gebiet besteht aus hügeligem Vorandengebiet. Das Zentrum in Sucre liegt auf rund 2800m über Meer. Die Fincas können aber bis auf 3500m oder 1900m über Meer liegen.

Anzahl Fincas / Es wurden im gesamten 10 Fincas untersucht.

Aufnahmedatum: 20.07.17 / Kürzel: gm

Überblick Kriterien



Kriterien im Detail

°1 Aspekt «nachhaltiges Management»

1 Aspekt «nachhaltiges Management»		Notizen
°1 Kriterium «Managementsystem» Managementsystem ist auf nachhaltiger Basis aufgebaut. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Dokumentation / tw. erfüllt = Gedanke vorhanden aber keine Doku. / nicht erfüllt = kein Nachhaltigkeitsgedanken	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Fincas sind kleine Betriebe und haben keine verschriftliche Dokumentati-on. Der Nachhaltigkeitsgedanke ist aber überall vorhanden und wird gelebt.
°2 Kriterium «Gesetzesbeachtung» Gesetze auf allen Ebenen werden geachtet. erfüllt = Respekt und Einhaltung der Gesetze / tw. erfüllt = Kenntniss der Gesetze aber nicht komplett angewendet / nicht erfüllt = keine Beachtung	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Gesetzte werden auf allen Fincas eingehalten und geachtet.
°3 Kriterium «Kommunikation» Aktive Kommunikation im Sinne der Nachhaltigkeit. erfüllt = regelmässige Berichterstattung (Nachhaltigkeitsbericht) / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsbericht vorhanden aber keine regelmässige Kommunikation / nicht erfüllt = kein Bericht & Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Zum Teil werden Anstrengungen in die Nachhaltigkeitskommunikation getätigt. Könnte aber mehr sein und über alle Fincas gemeinsam. Daher tw. erfüllt.
°4 Kriterium «Einbezug der Mitarbeitenden» Miteinbezug der Mitarbeitenden in Nachhaltigkeitsmanagement. erfüllt = aktiver Miteinbezug / tw. erfüllt = Kenntnisse aber kein Miteinbezug in Entwicklung / nicht erfüllt = kein Miteinbezug oder Kenntnisse	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Mitarbeiter der kleinen Betriebe werden stark in die Entwicklung der Fincas und deren Nachhaltigkeit eingebunden (oftmals Familienbetriebe). Daher erfüllt.

Kriterien im Detail

°1 Aspekt «nachhaltiges Management»

		Notizen
°5 Kriterium «Gästezufriedenheit» Gästezufriedenheit wird überprüft und Rückmeldung eingeholt. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden und ausgewertet / tw. erfüllt = Rückmeldesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Rückmeldesystem	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Rückmeldung kann bei allen Fincas gemacht werden. Allerdings wäre eine Vereinheitlichung nötig. Es fehlt ein übergeordneter Internetauftritt.
°6 Kriterium «Genauigkeit der Werbung» Werbematerial und Kommunikation ist akkurat und transparent. erfüllt = Werbung (Bilder, Flyer etc.) akkurat / tw. erfüllt = Werbung nur bedingt akkurat / nicht erfüllt = Werbung ist ungenau	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Werbung entspricht den Leistungen daher erfüllt.
°7 Kriterium «Infrastruktur und Bauweise» Beachtung lokale Situation und Bauweise. erfüllt = lokale Situation beachtet, lokale Bauweise / tw. erfüllt = lokale Situation beachtet & nicht lokale Bauweise / nicht erfüllt = kein Rücksichtnahme auf Situation und Bauweise	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Fincas sind mehrheitlich mit lokalen Materialien gebaut (Holz, z.t. Adobe und in die Umgebung eingepasst.
°8 Kriterium «Land-, Wasser-, und Eigentumsrechte» Beachtung der Rechte und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden & Konsent der lokalen Bevölkerung / tw. erfüllt = Eigentumsdokumente vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Eigentumsdokumente sind vorhanden und alle Fincabesitzenden nehmen an den Versammlungen der lokalen Bevölkerung teil. Die Zusammenarbeit funktioniert grundsätzlich.
°9 Kriterium «Nachhaltigkeitsverständnis» Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen sind vorhanden. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke und Verhaltensinstruktionen vorhanden / tw. erfüllt = Nachhaltigkeitsgedanke oder Verhaltensinstruktionen vorhanden / nicht erfüllt = keine Dokumente vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Nachhaltigkeitsverständnis nicht verschriftlicht. Dies müsste eine übergeordnete Institution machen (fehlende Ressourcen). Verhaltensinstruktionen sind zumeist vorhanden.
°10 Kriterium «Zusammenarbeit» Zusammenarbeit mit Gemeinden und Entwicklung von nachhaltigem Tourismus. erfüllt = Mitarbeit in der Gemeinde & Zusammenarbeit mit NGO's (oder ähnlichen Inst.) / tw. erfüllt = Mitarbeit in der Gemeinde / nicht erfüllt = keine Mitarbeit in der Gemeinde	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es wird überall mit den lokalen Gemeinden zusammengearbeitet. Zum Teil bestehen weitere Kooperationen mit Universitäten oder NGO's. Könnte intensiviert werden.

°2 Aspekt «Wirtschaft»

		Notizen
°11 Kriterium «Unterstützung der Gemeinschaft» Unterstützung beim Bau von öffentlichen Anlagen & Projekten (Klima). erfüllt = Unterstützung (mind. 3 Projekte) / tw. erfüllt = Unterstützung (1 Projekt) / nicht erfüllt = keine Unterstützung	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es wird aktiv die lokale Bevölkerung unterstützt (Bau Wasserleitung, Wasserfilter, Kauf Sportsachen etc.). Ist über alle Fincas erfüllt.
°12 Kriterium «Lokale Anstellung» Chancengleichheit auf Anstellung für lokale Bevölkerung. erfüllt = 80% der Angestellten aus lokaler Bev. / tw. erfüllt = 50% der Angestellten aus lokaler Bev. / nicht erfüllt = weniger als 50% aus lokaler Bev.	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Der Grossteil der Angestellten (mehr als 80%) sind bolivianischer Abstammung. Auch auf der Ebene des Managments
°13 Kriterium «Lokal Einkaufen» Lokalen Unternehmen bei Produkte- und Dienstleistungseinkauf. erfüllt = 80% der P. und D. von lokalen Unternehmen / tw. erfüllt = 50% der P. und D. von lokalen Unternehmen / nicht erfüllt = weniger als 50%	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Einige der Fincas machen ihre Esswaren selbst andere kaufen diese in Sucre ein. Generell werden lokale Produzenten unterstützt. Könnte forciert werden.
°14 Kriterium «Lokale Unternehmen» Unterstützung von lokalen Unternehmen beim Verkauf von P. und D. erfüllt = pro Betrieb mind. 2 Partnerschaften / tw. erfüllt = pro Betrieb 1 Partnerschaft / nicht erfüllt = keine Partnerschaften	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es besteht sehr wenige bis keine Zusammenarbeit mit lokalen Verkäufern (Kunsthandwerk, Artesania etc.)

Kriterien im Detail

°2 Aspekt «Wirtschaft»

		Notizen
°15 Kriterium «Ausbeutung und Unterdrückung» Implementierte Politik gegen Ausbeutung und Unterdrückung jeglicher Art. erfüllt = schriftliche Dokumentation und aktive Anwendung / tw. erfüllt = Kommunikation des Anliegens / nicht erfüllt = keine Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Ausbeutung wird nicht gemacht. Allerdings ist keine Dokumentation vorhanden.
°16 Kriterium «Chancengleichheit» Erklärung zu Chancengleichheit ohne jegliche Diskriminierung. erfüllt = Erklärung vorhanden und angewendet / tw. erfüllt = Kommunikation des Anliegens / nicht erfüllt = keine Kommunikation	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Keine Dokumentation aber es gibt im Prinzip keine Diskriminierung. Bis hin zu den Managementpositionen sind z.B. Frauen vertreten.
°17 Kriterium «Arbeitsbedingungen» Bemühung zu anständigen Arbeitsbedingungen. erfüllt = gesetzlicher Arbeitsvertrag & faire Arbeitsbedingungen / tw. erfüllt = gesetzlicher Arbeitsvertrag aber keine fairen Arbeitsbedingungen / nicht erfüllt = kein Arbeitsvertrag	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die einzelnen Löhne sind nicht bekannt allerdings sind faire Arbeitsbedingungen vorhanden.
°18 Kriterium «öffentliche Dienstleistungen» Zugang zu öffentlichen D. (Wasser etc.) wird der Bev. nicht verwehrt. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden und bewirtschaftet / tw. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Beschwerdesystem	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Ein Beschwerdesystem gibt es nicht (übergeordnet für alle Fincas einrichten). Allerdings besteht die Möglichkeit zur Beschwerde an den Versammlungen
°19 Kriterium «Zugang zu Lebensunterhalt» Zugang zu Lebensunterhaltsquellen wird garantiert (Wasser, Wegrechte). erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden und bewirtschaftet / tw. erfüllt = Beschwerdesystem vorhanden / nicht erfüllt = kein Beschwerdesystem	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Dito °18, zum Teil werden durch die Besitzenden sogar Wasserleitungen für die lokale Bevölkerung gebaut.

°3 Aspekt «Gesellschaft»

		Notizen
°20 Kriterium «kulturelle Interaktion» Beachtung von Leitfäden bei Besuch von Kulturerbe und indigenen Gem. erfüllt = Leitfäden vorhanden und angewendet / tw. erfüllt = Leitfäden vorhanden aber ungenügend angewendet / nicht erfüllt = keine Leitfäden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es sind keine Leitfäden vorhanden.
°21 Kriterium «Schutz von kulturellem Erbe» Schutz von kulturellem Erbe und arch. Stätten und Zugang lokale Bev. erfüllt = regelmässige Spenden für Schutz & Vergünstigung für lokale Bev. / tw. erfüllt = regelmässige Spenden / nicht erfüllt = keine Spenden	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Generell ist Natur und Kulturschutz ein Anliegen bei den Fincas. Daher erfüllt.
°22 Kriterium «Präsentation von Kultur und Identität» Authentische Elemente der Kultur in allen Bereichen & intellektuelles Erbe der lokalen Bev. erfüllt = Grossteil der verkauften Gegenstände und Speisen aus lokaler Prod. 80% / tw. erfüllt = 50% der verkauften Gegenstände und Speisen aus lokaler Prod. 50% / nicht erfüllt = weniger als 50% bei verkauften Gegenständen und Speisen erreicht	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Speisen bei allen Fincas sind Grossteils aus lokalen Produkten. Lokale Produkte werden bisher keine verkauft (Kunsthandwerk etc.) / Könnte bei einzelnen Fincas etwas intensiviert werden.
°23 Kriterium «Artefakte» Kein Handel oder Verkauf von Artefakten. Ausstellung nur gemäss Gesetz. erfüllt = Erlaubnis zur Verwendung dokumentiert & Verhinderung der Zerstörung durch Besucher / tw. erfüllt = nur dokumentierte Erlaubnis oder Verhinderung der Zerstörung / nicht erfüllt = keine Erlaubnis vorhanden	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es findet kein Verkauf und Handel von illegalen Artefakten statt.

Kriterien im Detail

°4 Aspekt «Umwelt»

		Notizen
°24 Kriterium «Energieeffizienz» Verringerung des Energieverbrauches & Einsatz von erneuerbarer Energie. erfüllt = Energieverbrauch aktiv verringert & erneuerbare Energien vorhanden / tw. erfüllt = Energieverbrauch aktiv verringern / nicht erfüllt = keine Anstrengungen vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Fincas machen Anstrengungen um den Energieverbrauch zu reduzieren und zum Teil werden erneuerbare Energien eingesetzt. Könnte etwas forciert werden. Daher tw. erfüllt.
°25 Kriterium «Wasserverbrauch» Wasserberbrauch wird verringert und Sensibilisierung der Touristen. erfüllt = Massnahmen zu Wassersparen und Sensibilisierung der Touristen für Verbrauch / tw. erfüllt = Massnahmen zu Wassersparen / nicht erfüllt = keine Massnahmen vorhanden	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Wassersparen wird aktiv gemacht. Es gibt aber genug Wasser vor Ort. Die Sensibilisierung der Touristen fehlt.
°26 Kriterium «CO2-Emissionen» CO2-Quellen verringern und Umstellung auf CO2-neutrale Betriebe. erfüllt = Verringerung CO2 Ausstoss & Umstellung CO2-neutraler Betrieb / tw. erfüllt = Verringerung CO2 Ausstoss / nicht erfüllt = keine Massnahmen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Anstrengungen werde unternommen, allerdings sind totale CO2-neutrale Betriebe schwierig zu erreichen. Daher tw. erfüllt
°27 Kriterium «Transport» Angebot von umweltfreundlichen Varianten (ÖV, Velo). erfüllt = alternative Angebote für Touristen und Angestellte / tw. erfüllt = alternative Angebote für Touristen / nicht erfüllt = keine Alternativen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es gibt umweltfreundliche Varianten, allerdings ist durch die Ablegenheit mancher Fincas nur ein Privattransport möglich. Daher tw. erfüllt
°28 Kriterium «Abwasserentsorgung» Anteil entsorgtes Abwasser, das kontrolliert abgeführt wird. erfüllt = 100% des Abwassers unter Kontrolle / tw. erfüllt = 80% des Abwassers unter Kontrolle / nicht erfüllt = nicht kontrolliert entsorgt	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Abwasser werden separat abgeführt und zum Teil sogar selbst gefiltert.
°29 Kriterium «Abfallentsorgung» Reduktion und Entsorgung von Abfall (auch Foodwaste). erfüllt = fachgerechte Entsorgung & Anstrengungen zu Reduktion / tw. erfüllt = fachgerechte Entsorgung / nicht erfüllt = keine fachgerechte Ents.	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die Abfälle werden den Möglichkeiten entsprechend entsorgt und die Fincas werden regelmässig gereinigt (Anlagen).
°30 Kriterium «gefährliche Substanzen» fachgerechter Umgang mit gefährlichen Substanzen und Vermeidung. erfüllt = fachgerechte Handhabung & Austausch mit umweltfreundlichen Substanzen / tw. erfüllt = fachgerechte Handhabung / nicht erfüllt = kein spezieller Umgang mit gefährlichen Substanzen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es gibt einen fachgerechten Umgang. Ob gezielt auf alternative Substanzen umgestellt wird ist schwierig zu beurteilen. Eher ja (Verzicht auf Chlor bei Poolreinigung, Naturpool etc.)
°31 Kriterium «Reduktion der Verschmutzung» Verringerung der Verschmutzung in allen Bereichen (Lärm, Licht etc.). erfüllt = Kenntnis über Verschmutzung & Massnahmen zur Reduktion und Vermeidung / tw. erfüllt = Kenntnis über Verschmutzung & Massnahmen zur Vermeidung / nicht erfüllt = keine Anstrengungen	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es sind Massnahmen vorhanden und es gibt regelmässige Reinigungsaktionen. Sauberkeit ist ein wichtiges Anliegen der Besitzenden der Fincas.
°32 Kriterium «Schutz der Biodiversität» Aktiver Schutz der Biodiversität (Schutzgebiete und Hot-Spots). erfüllt = Spenden für Schutzgebiete & Biodiv. förderung / tw. erfüllt = Spenden für Schutzgebiete oder Biodiv. förderung / nicht erfüllt = keine Spenden	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es wird aktiver Schutz durch die Fincas betrieben. Zum Teil durch Umweltbildung, zum Teil durch Schutzgebiete etc. Daher erfüllt.

Kriterien im Detail

°4 Aspekt «Umwelt»

		Notizen
°33 Kriterium «Invasive Spezien» Vermeidung und Bekämpfung von invasiven Spezien. erfüllt = Aktionsplan zur Verringerung & aktive Bekämpfung & keine Verwendung bei Bautätigkeiten / tw. erfüllt = keine invasiven Pflanzen auf Grundstücken / erfüllt = keine Bekämpfung	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es gibt bei vielen Fincas Eucalyptus. Auch sind die aufgeforsteten Wälder aus nicht einheimischen Pinien. Daher nicht erfüllt.
°34 Kriterium «Besuch von Naturgebieten» Benützung von Leitfäden bei Besuch von Naturgebieten. erfüllt = Benützung von Leitfäden & Zusammenarbeit Schutzorganisationen (vermeidung sensible Gebiete) / tw. erfüllt = Benützung von Leitfäden oder Rücksichtnahme auf Gebiete / nicht erfüllt = keine Anstrengungen	<input type="checkbox"/> erfüllt <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es gibt viel Wissen über den Schutz der Umwelt auf den Fincas und es wird zum Teil aktiv mit Schulen und Freiwilligen zusammengearbeitet. Daher tw. erfüllt.
°35 Kriterium «Umgang mit Wildtieren» Keine negativen Einflüsse (Verhaltensänderung) auf Wildtiere bei Kontakt. erfüllt = Direkter Kontakt vermieden / tw. erfüllt = Direkter Kontakt nicht vermieden aber nicht gesucht / nicht erfüllt = aktive Fütterung und Kontakt zu Wildtieren	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Es gibt keinen direkten Kontakt und Fütterung von Wildtieren. Daher erfüllt.
°36 Kriterium «Tierwohl» Keine Haltung von Wildtieren (ausser Experte) & Tierwohl wird geachtet. erfüllt = keine Wildtierhaltung (ausser Experte) & artgerechte Haltung (domestizierte Tiere) / tw. erfüllt = Wildtierhaltung unter Vorgaben & artgerechte Haltung (dom. Tiere) / nicht erfüllt = keine artgerechte Haltung	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Die domestizierten Tiere werden artgerecht gehalten und das Tierwohl respektiert.
°37 Kriterium «Wildtierjagd und Handel» Keine Jagd und Handel von Wildtieren (ausser regulierte Aktivitäten). erfüllt = keine Wildtiere kommerzialisiert & Sensibilisierung der Touristen / tw. erfüllt = keine Wildtiere kommerzialisiert / nicht erfüllt = Wildtiere sind kommerzialisiert	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt <input type="checkbox"/> nicht erfüllt	Keine Kommerzialisierung von Wildtieren.

Notizen

übergeordnete Managmentstruktur müsste eingeführt werden, die sich mit der Ausarbeitung von Leitfäden, Nachhaltigkeitskommunikation etc. beschäftigt. Dies alles zu bewerkstelligen ist zu aufwändig für die einzelnen Fincas.

Abgesehen von den Versammlungen besteht kein Beschwerdesystem für die lokale Bevölkerung. Die Versammlung übernimmt aber diese Funktion. Es wäre aber gut wenn ein zusätzliches Beschwerdesystem eingerichtet würde.

Ein übergeordneter Internetauftritt (auch zur Rückmeldung wäre notwendig. Auch muss ein vereinheitlichtes Rückmeldungssystem erstellt werden.

Verkauf von Artesania und lokalen Kunsthandwerk müsste intensiviert werden. Bisher nicht vorhanden, allerdings immer ein Anliegen bei den Touristen (Souvenirs).

Einsatz von erneuerbaren Energien könnte forciert werden.

Anhang °8: Auswertung der Befragungen zur touristischen Situation in Sucre

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Turismo en Sucre		
Lugar		
Entrevistado: Jhonny Sainz		
Profesión: Licenciado de Idiomas y guía de turismo		
Tiempo viviendo en Sucre: Desde siempre		
General		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuantas personas visitan Sucre cada año: 20'000 tal vez 2. Como es el flujo de turismo durante el año (temporada alta): inestable por los bloques y otros tramos turísticos como Potosí, La Paz, Uyuni / temporada alta Junio-Septiembre 3. Como se ha evolucionado el turismo en Sucre en los últimos 5,10 y 20 años (esta bajando o creciendo): ha ido creciendo en un ritmo muy lento. Sigue creciendo pero lento. 4. Que sería la razón por esta crecimiento: falta de promoción (no esta en la agenda de las turistas) 5. Que tipo de promoción hace Sucre y donde: usan mucho los flyers (publicidad antigua), se usa también el internet (casi todas las agencias tienen una pagina web y tripadvisor) 		
Turistas		
<ol style="list-style-type: none"> 6. Que tipo de turista visita a Sucre: hay de todo (viajan solos o en grupo o parejas), son jóvenes (mochileros), clase media 7. Porque vienen a Sucre: las turistas escucharon (boca a boca) que es una ciudad colonial, por las escuelas de español, visitar el cráter de Maragua y Tarabuco (mercado local los días domingos) 8. Cuantas días se quedan en Sucre: 2-3 días 9. Que piensas, cuantos días debería estar un turista para conocer: una semana (con los alrededores) 		
Productos		
<ol style="list-style-type: none"> 10. Que se puede hacer en Sucre y al alrededor: hay turismo de aventura (caminatas, cabalgatas, motos y quadras, parapente y bici de montañas, existen las topografías necesarias), city tours 11. Existen suficiente productos por las turistas en el alrededor de Sucre: Si existen suficientes pero se puede hacer algunas mas (lo de la cultura, intercambio cultural) 12. Porque Maragua Y Tarabuco son los únicos Productos que se vende alrededor de Sucre: en los otros lugares turísticos no existen las condiciones para el desarrollo turístico (por ejemplo El Palmar) 13. Cuantas personas van a Maragua por día: 15-25 personas (en la temporada alta) 		
Turismo en Sucre	10.07.2017	-1-
Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Trekking		
<ol style="list-style-type: none"> 14. Desde cuando hay trekking en Sucre: Desde 2005 15. Hay muchas posibilidades para hacer trekking: hoy en día si (con o sin agencias) 16. En cuantas meses se permite hacer trekking alrededor: en la temporada seca se puede (abril-octubre), en la temporada de lluvia es mas difícil 17. Hay muchos alojamientos alrededor (refugio etc.): en el distrito 8 hay en los lugares turísticos, en las comunidades no 18. Cuantas fincas hay alrededor de Sucre: no se sabe 19. Como es la experiencia de las turistas en relación con la altura alrededor de Sucre: las turistas reaccionan positivamente, como Sucre no es tan alto y es adaptable (no es como Potosí) 20. Como les parece a las turistas la topografía alrededor: simplemente impresionante, tanto la ciudad como las alrededores 		
Turismo en Sucre	10.07.2017	-2-

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Turismo en Sucre		
Lugar		
Entrevistado: Dick Commandeur		
Profesión: Ingeniero agrónomo y dueño de un hotel en Sucre		
Tiempo viviendo en Sucre: '93-94, '00-'08, a partir de '10		
General		
<ol style="list-style-type: none">1. Cuantas personas visitan Sucre cada año: 40'000 (internacionales)2. Como es el flujo de turismo durante el año (temporada alto): el top es durante las vacaciones de Europa (julio-agosto) y el fin de año.3. Como se ha evolucionado el turismo en Sucre en los últimos 5, 10 y 20 años (esta bajando o creciendo): en general Sucre tiene una buena base por el turismo pero la promoción es un problema. Últimamente esta bajando un poco pero en general hay un crecimiento lento.4. Que sería la razón por esta crecimiento: Últimamente se nota la crisis de Latinoamérica y que las cooperaciones de Bolivia con otros países están peor como antes.5. Que tipo de promoción hace Sucre y donde: casi no tiene. Hay una feria importante pero aparte de eso no hay mucho. Aparte Sucre no esta en la lista de promoción del gobierno de Bolivia (por la historia colonial)		
Turistas		
<ol style="list-style-type: none">6. Que tipo de turista visita a Sucre: mochileros, mayores de edad y turistas individuales7. Porque vienen a Sucre: porque esta bonito, por casualidad, por eventos y visitas familiares, para aprender idiomas, porque esta en la ruta desde Uyuni a La Paz.8. Cuantas días se quedan en Sucre: casi 3 noches9. Que piensas, cuantos días debería estar un turista para conocer: con los afueras seguro 4-5 noches		
Productos		
<ol style="list-style-type: none">10. Que se puede hacer en Sucre y al alrededor: museos, iglesias, buena comida, vida nocturna, huellas de los dinosaurios, Tarabucco, Maragua, caminatas afuera de Sucre, pinturas rupestres, el palmar, la ruta del che, tour de día a Potosi11. Existen suficiente productos por las turistas en el alrededor de Sucre: Lo que pasa hay que hacer mejor promoción por las actividades que hay hasta ahora.12. Porque Maragua Y Tarabuco son los únicos Productos que se vende alrededor de Sucre: es lo único conocido13. Cuantas personas van a Maragua por día: no se puede decir.		
Trekking		
<ol style="list-style-type: none">14. Desde cuando hay trekking en Sucre: no se sabe exacto.		
Turismo en Sucre	25.07.2017	-1-

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Turismo en Sucre		
<ol style="list-style-type: none">15. Hay muchas posibilidades para hacer trekking: se podría ofrecer pero no es lo mas interesante de Sucre digamos (las paisajes no son tan impresionantes como en otros lugares)16. En cuantas meses se permite hacer trekking alrededor: todo el año,17. Hay muchos alojamientos alrededor (refugio etc.): hay pero no son conocidos.18. Cuantas fincas hay alrededor de Sucre: unos 15 quizas.19. Como es la experiencia de las turistas en relación con la altura alrededor de Sucre: no tan mal, no esta tan alto Sucre.20. Como les parece a las turistas la topografia alrededor: no es tan espectacular como otros paisajes.		
Turismo en Sucre	25.07.2017	-2-

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Turismo en Sucre		
Lugar		
Entrevistado: Gabriela Sahonero Cueller Profesión: Licenciada en turismo, especialista en gestión cultural, ex directora de turismo de Sucre		
Tiempo viviendo en Sucre: Desde siempre		
General		
<ol style="list-style-type: none">1. Cuantas personas visitan Sucre cada año: 40'000 visitantes2. Como es el flujo de turismo durante el año (temporada alto): mas constante, antes era mas temporal, el flujo ha bajado ahora no hay tanto diferencia durante el año3. Como se ha evolucionado el turismo en Sucre en los últimos 5,10 y 20 años (esta bajando o creciendo): ávido un cambio del turismo en sentido del consumidor, 10 años atrás avía mas gente que pueden gastar del tercer año, ahora hay mas jóvenes con menos posibilidad de gasto, ha subido lentamente pero no hay un crecimiento grande4. Que sería la razón por esta crecimiento: dos motivos urgentes, el cambio de las políticas del estado, estabilidad social5. Que tipo de promoción hace Sucre y donde: en ferias de turismo (nivel nacional), participar en exposiciones, trataban de dar una buena experiencia entonces hicieron una flash con todo la información y con las nuevas medias (web etc.)		
Turistas		
<ol style="list-style-type: none">6. Que tipo de turista visita a Sucre: los mochileros (ha aumentado mucho), igual hay mas turismo asiático (este turismo gasta plata)7. Porque vienen a Sucre: quieren tener esa experiencia cultural, aparte compartir la cultura que es muy viejo, hay cosas para ver igual que es un plus (lago mas alto, Uyuni etc.), Sucre como ciudad patrimonio8. Cuantos dias se quedan en Sucre: 2-3 días9. Que piensas, cuantos dias debería estar un turista para conocer: difícil de decir pero como unos 2-3 días mas, hay que introducir la necesidad que se quedan la gente mas tiempo		
Productos		
<ol style="list-style-type: none">10. Que se puede hacer en Sucre y al alrededor: hay museos y iglesias (full day), hay tours al distrito 8 (para ver cultura o como aventura)11. Existen suficiente productos por las turistas en el alrededor de Sucre: hay pocos productos alrededores pero el tema es como entrar al mercado y como llegar bien digamos (además no se sabe como actúa las comunidades)12. Porque Maragua Y Tarabuco son los únicos Productos que se vende alrededor de Sucre: Porque hicieron una campana fuerte por Tarabuco (asi entro como algo exótico y único), Maragua por el cráter y por los tejidos (promoción de boca a boca)13. Cuantas personas van a Maragua por día: como 3		
Turismo en Sucre	31.07.2017	-1-

Gregor Müller, U14	BA Finca Trail	ZHAW
Trekking		
<ol style="list-style-type: none">14. Desde cuando hay trekking en Sucre: 10 - 15 años15. Hay muchas posibilidades para hacer trekking: en los alrededores si hay bastante, pero no hay buena señalética y el mantenimiento16. En cuantas meses se permite hacer trekking alrededor: todo el año, depende el lugar en la temporada de lluvia no es tan accesible17. Hay muchos alojamientos alrededor (refugio etc.): solo hay dos (comunitarios), además hay privados pero no están buen hecho por el turismo, siempre hay que ir en guía porque uno se pierde fácil.18. Cuantas fincas hay alrededor de Sucre: hay algunas casas privadas 2-3, normalmente entre la semana no están abiertos.19. Como es la experiencia de los turistas en relación con la altura alrededor de Sucre: hay que estar preparado, los turistas en general no están acostumbrados20. Como les parece a las turistas la topografía alrededor: es muy interesante, solo que estos productos son por los jóvenes		
Turismo en Sucre	31.07.2017	-2-

Anhang °9: Auswertung der Befragungen der lokalen Agenturen

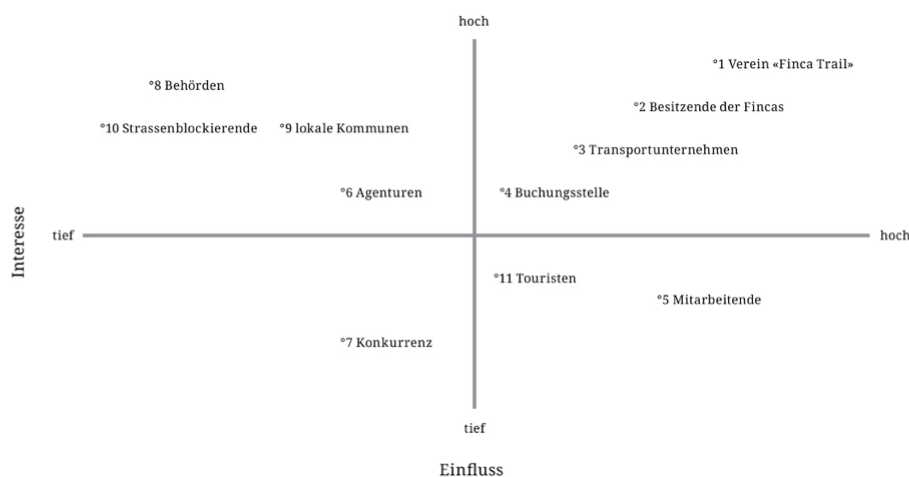
Agentur	Karte mit Route	Broschüre	Orte	2 Tage +	Ortskenntnis	Preis 2 T. / 2 P.	Angebot	Zusätzliche Info
Bolivia Especialista	Ja	Nein	Maragua	Ja	Ja	1'900 BOB	Wanderung	mehr Leute = billiger
Aidita Tours	Nein	Nein	Maragua	Nein	Nein	1'100 BOB	Wanderung	Mehr als 2 T. unmöglich
Bolivian Full Explorer	Nein	Nein	Maragua	Nein	Ja	1'480 BOB	Wanderung	Reservation 1 T. vorher
Candelaria Trekkers	Ja	Nein	Maragua / Tarabuco	Nein	Ja	3'010 BOB / 2'340 BOB	Wanderung / Markt	Preise flexibel / Mehr als 2 T. unmöglich
Condor Tours	Ja	Ja (Eng.)	Maragua / Tarabuco	Ja	Ja	1'100 BOB / 600 BOB	Wanderung / Markt	Min. 3 P. / vegetarisch
Cretassic Tours	Ja	Nein	Maragua	Nein	Ja	1'000 BOB	Wanderung	Besitzen eigene Autos
Inside Sucre	Ja	Ja	Maragua	Ja	Ja	840 BOB	Wanderung	Eng. Guide ist teurer
Joyride Turismo	Ja (Google)	Nein	Maragua	-	Ja	1'540 BOB	Wanderung	Guide in Informationsbüro ist billiger..
Oasis Odyssey Tours	Ja (sehr einfach)	Nein	Maragua	Nein	Nein	1'200 BOB	Wanderung	1 T. Tour sind besser / mehr als 2 T. unmö.
Punta del Cielo	Nein	Ja	Maragua	Nein	-	1'480 BOB	Wanderung	Schlechte Bedienung
Farco Tours	Nein	Nein	Maragua	Nein	Nein	2'030 BOB	Wanderung	Kein Interesse am Verkauf
Ximenita Tours	Ja	Nein	Maragua	Nein	Nein	1'900 BOB	Wanderung	Es gibt nur diese Tour

Anhang °10: Auswertung der Akteuranalyse

Akteuranalyse

N°	Akteurgruppe	Politischer Akteur-bereich	Interesse am Projekt		Einflusspotenzial auf Projekt			
	Benennen der Gruppe	Verwaltung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft	Bedürfnisse und Erwartungen (Hoffnung, Ängste, vermutete Haltung zum Projekt) / Kurzbeschrieb	Betroffenheit (Nutzen & Beeinträchtigung) / gering-mittel-hoch	Organisationsgrad / gering-mittel-hoch	Macht & Einfluss (Vernetzung, Mittel) / gering-mittel-hoch	Anspruch auf Einbezug / rechtlich, institutionell, gesellschaftlich	Geographische Verankerung / lokal-regional-national-international
*1	Verein «Finca Trail»	Wirtschaft	Hoffnung: mehr Touristen in den Fincas, erhöhen der Bekanntheit / Haltung: sehr positiv (neue Perspektive)	hoch	hoch	hoch	hoch (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal, regional
*2	Besitzende der Fincas	Wirtschaft	Hoffnung: finanzielle Sicherheit für die Fincas, erhöhen der Bekanntheit / Haltung: sehr positiv (neue Einkommensmöglichkeit)	hoch	mittel	hoch	hoch (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal, regional
*3	Transportunternehmen	Wirtschaft	Hoffnung: neue Einkommensquelle, Auslastung des Fuhrparks / Haltung: sehr positiv (neue Einkommensmöglichkeit)	hoch	mittel	mittel	mittel (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal, regional
*4	Buchungsstelle	Wirtschaft	Hoffnung: zusätzliches Einkommen durch Kommission, Verkauf von zusätzlichen Touren / Haltung: positiv (Mehreinnahmen)	mittel	mittel	mittel	mittel (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal
*5	Mitarbeitende	Wirtschaft	Hoffnung: gesichertes Einkommen, anspruchsvolle Arbeit / Haltung: neutral-positiv (mehr Touristenkontakt)	mittel	gering	gering	gering (gesellschaftlich)	lokal, regional
*6	Agenturen	Wirtschaft	Hoffnung: zusätzliches Einkommen durch Kommissionen, Attraktivitätssteigerung durch zusätzliche Produkte / Haltung: neutral-positiv (zusätzliche Einnahmen)	mittel	mittel	mittel	mittel (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal, regional
*7	Konkurrenz	Wirtschaft	Ängste: Verdrängung der eigenen Angebote, Verlust von Einkommensquellen / Haltung: negativ (Verlust von Einnahmen)	mittel	mittel	mittel	gering (gesellschaftlich)	lokal, regional

N°	Akteurgruppe	Politischer Akteur-bereich	Interesse am Projekt		Einflusspotenzial auf Projekt			
	Benennen der Gruppe	Verwaltung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft	Bedürfnisse und Erwartungen (Hoffnung, Ängste, vermutete Haltung zum Projekt) / Kurzbeschrieb	Betroffenheit (Nutzen & Beeinträchtigung) / gering-mittel-hoch	Organisationsgrad / gering-mittel-hoch	Macht & Einfluss (Vernetzung, Mittel) / gering-mittel-hoch	Anspruch auf Einbezug / rechtlich, institutionell, gesellschaftlich	Geographische Verankerung / lokal-regional-national-international
*8	Behörden	Verwaltung	Hoffnung: Mehr Steuereinnahmen / Haltung: neutral (andere Probleme)	gering	hoch	hoch	gering (institutionell)	lokal, regional, national
*9	lokale Kommunen	Zivilgesellschaft	Ängste: Verlust der Identität, zum Teil Missgunst gegenüber den Besitzenden der Fincas, Hohes Touristenaufkommen / Haltung: eher negativ (es gibt positive Ausnahmen)	mittel-hoch	mittel	mittel-hoch	mittel (gesellschaftlich)	lokal
*10	Strassenblockierende	Zivilgesellschaft	Hoffnung: keine Steuererhöhung, Hinweis an die Regierung bei Missständen / Haltung: neutral (sind nicht betroffen durch das Angebot)	gering	mittel	hoch	gering (gesellschaftlich)	lokal, regional, national
*11	Touristen	Zivilgesellschaft	Hoffnung: qualitativer Service, erleben und entdecken, stimmiges Preis-Leistungs Verhältnis / Haltung: positiv (neues Angebot um die Umgebung kennenzulernen)	mittel	mittel	mittel	mittel (rechtlich, gesellschaftlich)	lokal



Anhang °11: Preiszusammenstellungen

Preise der °1 Route (Kultur)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis, (-) = keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport nach Jatun Yampara	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mittagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*1 Übernachtung	925	1'850	2'775	3'700	4'625	5'500
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Tarabuco	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	50	100	150	200	250	300
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Transport nach Sucre	200	200	200	200	200	200
Zwischentotal	1'175	2'150	3'125	4'100	5'075	6'000
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	82	151	219	287	355	420
Zuschlag Agenturen (10%)	118	215	313	410	508	600
Endpreis	1'375	2'515	3'657	4'797	5'938	7'020

Preise der °2 Route (Natur)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis, (-) = keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport und Fahrradtour	250	500	750	1'000	1'250	1'500
Mittagessen	40	80	120	160	200	240
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*1 Übernachtung	400	400	400	400	400	400
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mittagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	230	460	690	920	1'150	1'380
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport und Fahrradtour	270	540	810	1'080	1'350	1'620
Mittagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	20	40	60	80	100	120
*3 Übernachtung	200	200	400	400	600	600
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Zwischentotal	1'410	2'220	3'230	4'040	5'050	5'860
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	99	155	226	283	354	410
Zuschlag Agenturen (10%)	141	222	323	404	505	586
Endpreis	1'650	2'597	3'779	4'727	5'909	6'856

Preise der °4 Route (Natur und Geschichte)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis, (-) = keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport nach Huata	100	100	100	100	100	100
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mittagessen	70	140	210	280	350	420
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	40	80	120	160	200	240
*1 Übernachtung	245	420	630	840	1'050	1'260
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Bramadero	21	42	63	84	105	126
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mitagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	35	70	105	140	175	210
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	350	700	1'050	1'400	1'750	2'100
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Sucre	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Zwischentotal	861	1'552	2'278	3'004	3'730	4'456
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	60	109	159	210	261	312
Zuschlag Agenturen (10%)	86	155	228	300	373	446
Endpreis	1'007	1'816	2'665	3'514	4'364	5'214

Preise der °3 Route (Geschichte)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis,

(-) = keine zusätzlichen Kosten, 4 Personen maximal

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.
Transport nach Yorala	70	70	70	70
Vormittagsprogramm	350	700	1'050	1'400
Mittagessen	35	70	105	140
Nachmittagsprogramm	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Abendessen	35	70	105	140
*1 Übernachtung	100	200	300	400
Frühstück	30	60	90	120
Vormittagsprogramm	-	-	-	-
Transport nach Huata	230	230	230	230
Mitagessen	70	140	210	280
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-
Abendessen	40	80	120	160
*2 Übernachtung	245	420	630	840
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	25	50	75	100
Transport nach Sucre	300	300	300	300
Zwischentotal	1'530	2'390	3'285	4'280
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	107	167	230	300
Zuschlag Agenturen (10%)	153	239	329	428
Endpreis	1'790	2'796	3'844	5'008

Anhang °12: Zusätzliche Abklärungen zu den Preisen

Gregor Müller, U14	BA Frica Trail	ZHAW	Transporte entre las Fricas	-2-	15.07.2017					
Gregor Müller, U14	BA Frica Trail	ZHAW	Transporte entre las Fricas	-1-	15.07.2017					
Preguntas adicionales de los precios										
Julio Uriarte (Cabalguas)										
1. Se puede hacer un tour a Kantu Nucchu? Si se puede. 2. Cual sería el tiempo para ir y volver mas o menos (con introducción y tal)? 70 bs. 3. El precio de 200 Bs incluye transporte privado desde Sucre? No el transporte sería unos 70 Bs (1-4 personas).										
Picili										
4. El precio incluye transporte desde Tarabuco y guía? <i>Guía esta incluido. Transporte privado no.</i> 5. Cual sería el precio por el transporte? <i>El transporte desde Tarabuco a Picili y vuelta a Sucre esta a 200 Bs (hasta 6 personas).</i>										
Cajamarca										
6. Cual sería el precio por la comida (desayuno, almuerzo, cena)? digamos, 40 el fullboard. 7. Cuantas personas pueden dormir en una casa familiar? <i>En la mas grande entran 6 personas. Las mas chiquitas 4 personas.</i> 8. La casa familiar mas grande esta por 6 personas y tiene el precio de 400 Bs? Si exacto.										
Aritumayu										
9. Se puede ir caminando desde Aritumayu a Cajamarca sin guía? <i>Si se puede ir tranquilamente.</i> 10. Cuanto sería el precio por un guía a Aritumayu (desde Cajamarca)? <i>No tenemos un guía. Hay que poner el mismo precio como en Picili.</i>										
Tejahuasi										
11. Cual sería el precio por una cena? <i>Si se puede ofrecer, es a 20 Bs.</i>										
Yotala										
12. Cual sería el precio por la comida (desayuno, almuerzo, cena)? 35 Bs Por el almuerzo y 35 Bs por la cena. el desayuno a 30 Bs.										
Huata										
13. Cual sería el precio por una persona en una habitación (hasta 4 personas)? Una persona 35\$ (incluye el desayuno) a partir de dos personas se baja el precio a 30\$-. 14. Cual sería el precio por la comida (desayuno, almuerzo, cena)? El desayuno esta incluido, el almuerzo completo esta a 70 Bs y la cena esta a 40 Bs.										
Gregor Müller, U14	BA Frica Trail	ZHAW	Transporte entre las Fricas	-2-	15.07.2017					
Gregor Müller, U14	BA Frica Trail	ZHAW	Transporte entre las Fricas	-1-	15.07.2017					
15. Hay que pagar por las 7 cascadas (cual es el precio)? No se sabe, hay que preguntar otra persona. 16. Cual sería el precio por una merienda (tipo snack)? Por una merienda se cobra 25 Bs. 17. Cual es el precio adicional para ir en transporte privado (por persona)? 100 Bs hasta 6 personas. Si es ida y vuelta el mismo día. Si es ida y vuelta en dos días se cobra 200 Bs.										
Bramadero										
18. Se puede hacer el transporte desde Huata envés de Sucre? Si con un costo adicional de 3 US-\$ cada persona. 19. Esta incluido el precio por el transporte en la tarde (al mirador de chilaquila)? No, sería adicional 5 US-\$ cada uno. 20. Se puede caminar desde arriba hasta Bramadero? Si, se puede ir tranquilamente (30 min.).										
William Nuñez (transporte)										
21. Ruta *2, cual sería el precio por transporte y bici (1-6 personas)? 250 Bs cada uno incluye el transporte. 22. Ruta *2, cual sería el precio por transporte y bici y merienda (tipo lunch, 1-6 personas)? 250 Bs cada uno incluye el transporte. Una merienda sería 20 Bs mas cada uno. 23. Ruta *3, cual sería el precio por el transporte a Yotala (1-4 personas)? 230 Bs el transporte (1-4 personas). 24. Ruta *3, cual sería el precio desde Yotala a Huata (1-4 personas)? 230 Bs el transporte (1-4 personas). 25. Ruta *3, cual sería el precio desde 7 cascadas a Sucre y buscar las maletas en Huata (1-4 personas)? 300 Bs por el transporte (1-4 personas). 26. Ruta *4, cual sería el precio de Huata a Bramadero (1-6 personas)? 400 Bs por el transporte (1-6 personas).										

Anhang °13: Leistungsbausteine und Aktivitäten der Routen

°1 Route (Kultur)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport nach Jatun Yampara	Start in Sucre am Morgen (ca. 09.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach Jatun Yampara	TurSucre
Vormittagsprogramm	Besichtigung des Ortes (Kapelle, Chicheria, Museum mit Medizin und Kleidungsart, Lamas) / Kennenlernen und Zeit zum Verweilen	TurSucre (mit Guide)
Mittagessen	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour), lokale Speise	TurSucre
Nachmittagsprogramm	Fahrt nach Yamparaez und anschliessender Spaziergang zu nahegelegenen Aussichtspunkt / Geniessen der Landschaft	TurSucre (mit Guide)
Transport nach Jatun Yampara	Rückkehr nach Jatun Yampara	TurSucre
Abendessen	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour), lokale Speise	TurSucre
°1 Übernachtung	Erste Übernachtung in Jatun Yampara / Zeit zum Verweilen	TurSucre
Frühstück	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour)	TurSucre
Transport nach Tarabuco	Fahrt nach Tarabuco mit Privattransport, Übergabe des Gepäcks an zweiten Transport und kennenlernen des neuen Guides (Condor Trekkers)	TurSucre / Condor Trekkers
Vormittagsprogramm	Besuch des lokalen Marktes und kennenlernen der andinen Kultur (auf Wunsch mit Guide) / Zeit zum Verweilen und Entdecken	Condor Trekkers (mit Guide)
Mitagessen	Vor Ort auf eigene Rechnung (entweder auf Markt oder in lokalem Restaurant)	-
Nachmittagsprogramm	Spaziergang nach Picili (auf dem selben Weg wie die lokale Bevölkerung) / Geniessen der Landschaft und Zeit zum Reflektieren	Condor Trekkers (mit Guide)
Abendessen	In der Finca vor Ort, zubereitet durch lokales Personal (inbegriffen in Tour), vegetarische Speise	Condor Trekkers
°2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in Picili / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca vor Ort (inbegriffen in Tour)	Condor Trekkers
Vormittagsprogramm	Geführte Tour auf anderer Route zurück nach Tarabuco	Condor Trekkers (mit Guide)
Mitagessen	vor Ort auf eigene Rechnung in lokalem Restaurant	-
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 16.00 Uhr	Condor Trekkers

°2 Route (Natur)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport und Fahrradtour	Start in Sucre am Morgen (ca. 09.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport zum Ausgangspunkt (ausserhalb Sucre), Umstieg auf Fahrräder und Fahrt nach Cajamarca (geführte Tour)	William Nunez
Mittagessen	In Cajamarca, zubereitet durch das Personal von Cajamarca (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Anselmo Ari (Cajamarca)
Nachmittagsprogramm	Kennenlernen der Finca in Cajamarca und Spaziergang zum Fluss / Zeit zum Entdecken und Kennenlernen des Ortes	-
Abendessen	In Cajamarca, zubereitet durch das Personal von Cajamarca (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Anselmo Ari (Cajamarca)
°1 Übernachtung	Erste Übernachtung in Cajamarca / Zeit zum Erholen und Verweilen	-
Frühstück	In Cajamarca, zubereitet durch das Personal von Cajamarca (inbegriffen in Tour)	-
Vormittagsprogramm	Spaziergang nach Aritumayu, das Gepäck wird durch das Personal von Cajamarca nach Aritumayu gebracht / Eintauchen in die Natur vor Ort	Anselmo Ari
Mittagessen	In Aritumayu, zubereitet durch das Personal von Aritumayu (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Veronica Andrade
Nachmittagsprogramm	Freizeit auf der Finca von Aritumayu, Spaziergänge im Wald und am Fluss / Entdecken der Finca und dessen Wald und Zeit zum Verweilen	-
Abendessen	In Aritumayu, zubereitet durch das Personal von Aritumayu (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Veronica Andrade
°2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in Aritumayu, mit Lagerfeuer am Abend / Zeit zum Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca vor Ort (inbegriffen in Tour)	Veronica Andrade
Transport und Fahrradtour	Start in Aritumayu am Morgen (ca. 10.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport zum Ausgangspunkt (ausserhalb Sucre), Umstieg auf Fahrräder und Fahrt nach Tejahuasi (geführte Tour)	William Nunez
Mittagessen	Lunch während Fahrradtour (inbegriffen in Tour)	William Nunez
Nachmittagsprogramm	Kennenlernen der Finca in Tejahuasi und Spaziergang in den Gemüsegärten und im Ort / Zeit zum Entspannen und Auskundschaften des Ortes	-
Abendessen	In Tejahuasi, zubereitet durch das Personal von Tejahuasi (inbegriffen in Tour), vegetarische Speise	Trevor Hirsche
°3 Übernachtung	Dritte Übernachtung in Tejahuasi / Zeit zum Verweilen	-
Frühstück	In der Finca vor Ort (inbegriffen in Tour)	Trevor Hirsche
Vormittagsprogramm	Spaziergänge vor Ort und Freizeit, individuelle Rückreise mit ÖV / Zeit zum Entdecken und Entspannen	-

°3 Route (Geschichte)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport nach Yotala	Start in Sucre am Morgen (ca. 09.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach Yotala	Julio Uriarte
Vormittagsprogramm	Instruktion und Ausritt zu Pferd nach Kantu Nucchu / Geniessen der Landschaft	Julio Uriarte
Mittagessen	In der Finca Kantu Nucchu (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Patricio Marion
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Zeit zum Verweilen, Rückritt auf Pferd nach Yotala (andere Route) / Entdecken der Geschichte Boliviens und der Finca, Zeit zum Verweilen	Patricio Marion / Julio Uriarte
Abendessen	In der Finca La campana (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Nico Koehorst
°1 Übernachtung	Erste Übernachtung in der Finca La campana (Möglichkeit zu Besuch des Dorfes Yotala) / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca La campana (inbegriffen in Tour)	Nico Koehorst
Vormittagsprogramm	Vogelbeobachtung und Verweilen in der Finca und Yotala / Zeit zum Entdecken	Nico Koehorst
Transport nach Huata	Fahrt nach Huata mit Privattransport	William Nunez
Mitagessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Freizeit für Spaziergänge in der Umgebung und den ausgedehnten Gärten	Paola Villaroel
Abendessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
°2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in der Finca in Huata / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour)	-
Vormittagsprogramm	Spaziergang zu 7 cascadas, Snack auf dem Weg (inbegriffen in Tour)	Paola Villaroel
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 13.00 Uhr	William Nunez

°4 Route (Natur und Geschichte)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport nach 7 cascadas	Start in Sucre am Morgen (ca. 09.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach 7 cascadas (Wasserfälle)	Paola Villaroel
Vormittagsprogramm	Besichtigung der 7 cascadas (Wasserfälle) / Entdecken der Umgebung und Geniessen der Landschaft	Paola Villaroel
Mittagessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Paola Villaroel
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Zeit zum Verweilen / Entdecken der Geschichte Boliviens und der Finca, Zeit zum Verweilen	Paola Villaroel
Abendessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
°1 Übernachtung	Erste Übernachtung in der Finca in Huata / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour)	-
Transport nach Bramadero	Fahrt nach Bramadero mit Privattransport	William Nunez
Vormittagsprogramm	Fahrt zum Aussichtspunkt (Maragua) im Privattransport und Spaziergang zurück nach Bramadero / Geniessen der Landschaft und Entdecken der Natur	Don Raul
Mitagessen	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der Finca und Zeit zum Spazieren auf dem Gelände / Entdecken der Finca und deren Wald, Zeit zum Verweilen	Don Raul
Abendessen	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
°2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in der Finca in Bramadero (Möglichkeit zu Sternbeobachtung und Erklärung durch Don Raul) / Zeit zum Reflektieren	Don Raul
Frühstück	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour)	-
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 12.00 Uhr	Don Raul

Anhang °14: Flyer der Routen

Publishing information

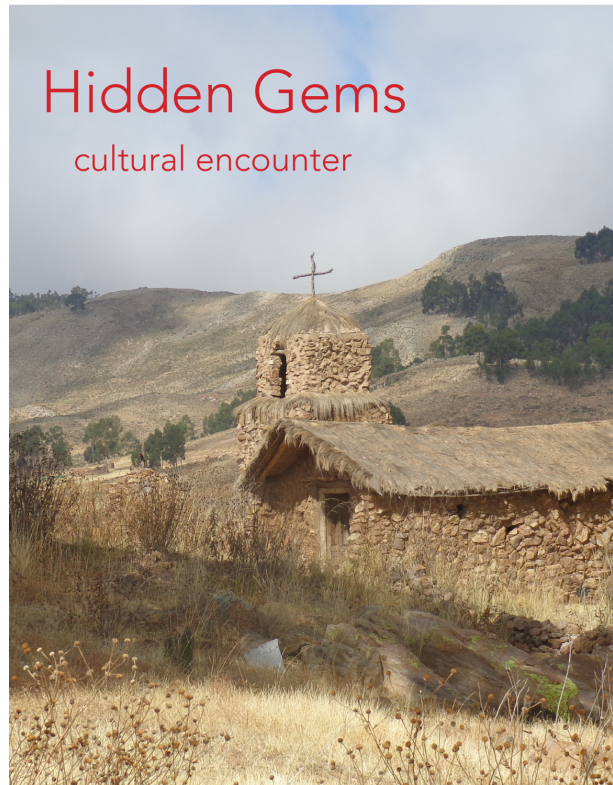
Design • Gregor Müller
Powered by • Finca Trail
Edition • 1. edition, autumn 2017
Website • soysucre.info

part of the..



..Finca Trail

• soysucre.info/category/finca-trail •



Hidden Gems

cultural encounter

Highlights

- *1 • market of Tarabuco
- *2 • intercultural exchange
- *3 • scenic views

Sucre



Yamparaez

Jatun Yampara



Tarabuco

Picili

Description of the tour

- *1 Private transport to Jatun Yampara and visit of the commune (church, chicheria, museum). • Lunch will be served in the Restaurant at site.
- *2 In the afternoon there will be a visit to the village of Yamparaez with a walk to a nearby lookout. • Dinner will be served back in Jatun Yampara. This is also the location of the first overnight stay.
- *3 The second day begins with a ride to Tarabuco. There you will visit the famous market. Also you will get in touch with the new guide. • Lunch will not be included on this day but there are a lot of possibilities on site.
- *4 After lunch there will be a walk to Picili. There you are able to get in touch with the locals and get a real intercultural exchange. • In Picili you will spend the second night and dinner will be served there too.
- *5 After breakfast the last day starts with a walk back (different route) to Tarabuco. From there you will be brought back to Sucre by private transport. • On this day lunch will not be included.

Basic information

Duration • 3 day tour
Price • 1375 BOB per pax (discount if more than one person)
Including • 2 overnight stays, private transport, guide, walking tours
Meals • first day (lunch, diner), second day (breakfast, diner), third day (breakfast)
Form of overnight stays • shared rooms (max 4 pax)
Form of transport • private transport
Start of tour • 09:00 o'clock
End of tour • 16:00 o'clock
Restrictions • This tour can only be booked on weekends (starting saturday, ending monday), minimum of 2 pax required, partly vegetarian (Picili)

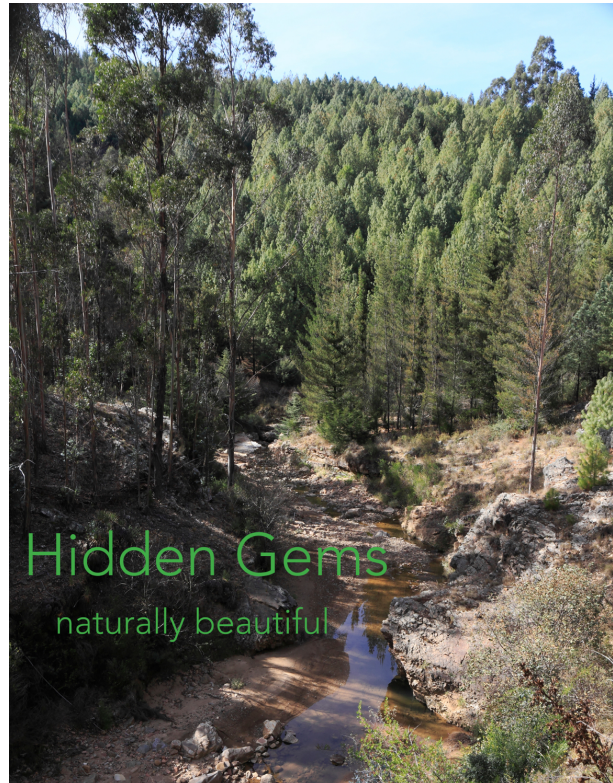
Publishing information

Design • Gregor Müller
Powered by • Finca Trail
Edition • 1. edition, autumn 2017
Website • soysucre.info

part of the..



• soysucre.info/category/finca-trail •



Basic information

Duration • 4 day tour
Price • 1'650 BOB per pax (discount if more than one person)
Including • 3 overnight stays, private transport, bikerides, guide, walking tours
Meals • first day (lunch, diner), second day (breakfast, lunch, diner), third day (breakfast, light lunch, diner), fourth day (breakfast)
Form of overnight stays • private rooms
Form of transport • private transport, bike, public transport
Start of tour • 09.00 o'clock
End of tour • open end
Restrictions • minimum of 2 pax required, sleeping bags recommended (Cajamarca), partly vegetarian (Tejahuasi)

Highlights

- *1 • reforested area
- *2 • human made microclimat
- *3 • environmental education

Description of the tour

- *1 Private transport (to the starting point) and bikeride to Cajamarca • Lunch will be served on site.
- *2 The afternoon leaves you time to relax and explore the auto sustainable finca and forest. • Diner will be served on site. This location is also the first overnight stay.
- *3 After breakfast there will be a walk through the forests to Aritumayu. You don't have to carry your luggage. It will be brought to Aritumayu by car. • Lunch will be served on site in Aritumayu.
- *4 Again the afternoon is spent on the finca and in the forest. If you feel like it you can even go for a swim in the river. • In Aritumayu you will be served diner and there is a possibility to light a fire if you feel like it. There you will also spend the night.
- *5 In the morning there will be a transfer to another starting point and therefore another bikeride to Tejahuasi. • You will be served a light lunch during the bike ride.
- *6 In the afternoon you will be introduced to the finca and it's effort to a sustainable future. Also you will be able to walk through the beautiful plant nurseries. • In Tejahuasi you will be served diner and also spend the night.
- *7 After breakfast you will have some spare time to either enjoy the place some more or return to Sucre. Notice from this place you will head back to time by public transport (very accessible) • On this day only breakfast will be included.

Publishing information

Design • Gregor Müller
Powered by • Finca Trail
Edition • 1. edition, autumn 2017
Website • soysucre.info

part of the..



• soysucre.info/category/finca-trail •

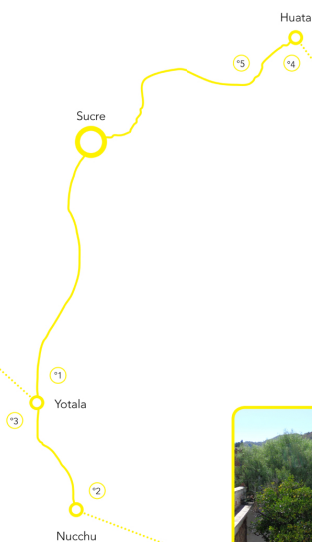


Highlights

- *1 • Haciendas of former presidents
- *2 • History of the places
- *3 • naturally purified & tempered water

Basic information

Duration • 3 day tour
Price • 1790 BOB per pax (discount if more than one person)
Including • 2 overnight stays, private transport, horseback riding, guide, walking tours, historical introductions
Meals • first day (lunch, diner), second day (breakfast, lunch, diner), third day (breakfast, light lunch)
Form of overnight stay • private rooms
Form of transport • private transport, horseback riding
Start of tour • 09:00 o'clock
End of tour • 13:00 o'clock
Restrictions • maximum of 4 pax



Description of the tour

- *1 Private transport (to the starting point) and horsebackride to the hacienda Kantu Nucchu. • Lunch will be served on site.
- *2 In the afternoon you will get to know the history of the place and afterwards will ride back to the finca la campana in Yotala. • Diner will be served on site. This location is also the first overnight stay.
- *3 After breakfast you will get a bird-watching tour and there will be time to relax in the finca. If you feel like it you can also visit the beautiful village of Yotala. • Before lunch there will be a private transport to Huata.
- *4 After lunch there will be an introduction to the hacienda and it's history. Also you will get time to relax and enjoy the beautiful gardens and naturally tempered pools. • Lunch and diner will be served on site and this place will be the second overnight stay.
- *5 After breakfast there will be a walk to the nearby waterfalls (7 cascadas). Later on you will be served a light lunch and there will be a private transport back to Sucre. • You will be served a light lunch after the walk.

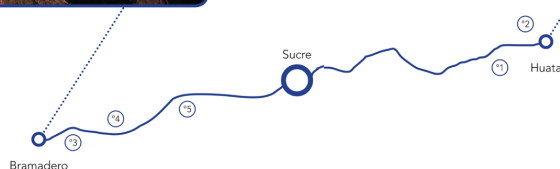
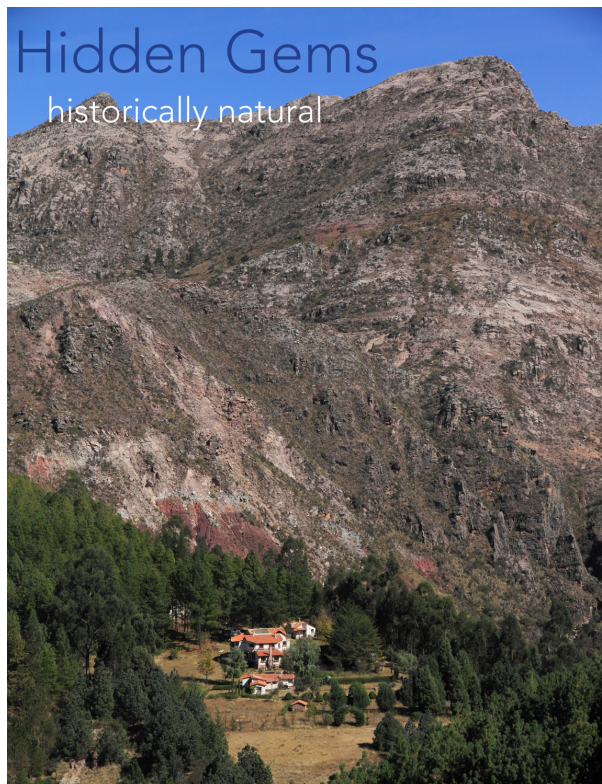
Publishing information

Design • Gregor Müller
Powered by • Finca Trail
Edition • 1. edition, autumn 2017
Website • soysucre.info

part of the..



• soysucre.info/category/finca-trail •



Duration • 3 day tour
Price • 1007 BOB per pax (discount if more than one person)
Including • 2 overnight stays, private transport, walking tours, astronomy lesson
& star observation, historical introduction
Meals • first day (lunch, dinner), second day (breakfast, lunch, dinner), third day (breakfast)
Form of overnight stays • private rooms
Form of transport • private transport
Start of tour • 09:00 o'clock
End of tour • 12:00 o'clock
Restrictions • minimum of 2 pax (on weekends), minimum of 8 pax (weekdays)

Highlights

- *1 • Hacienda of former president
- *2 • Lookout for crater of Maragua
- *3 • Reforested area

Description of the tour

- 1 Private transport to the 7 cascades near Huata. There you will walk back to Huata after the visit. • Lunch will be served in Huata.
- 2 In the afternoon you will get in touch with the history of Huata and you will have time to enjoy the beautiful gardens and temperated pool. • Dinner will be served in the hacienda in Huata. This location is also the first overnight stay.
- 3 After breakfast there will be a private transport to the magnificent outlook towards the crater of Maragua. From there you will be able to walk back to Bramadero. • Lunch will be served in Bramadero.
- 4 After lunch you will have time to enjoy the reforested area and the beautiful scenery. At night Don Raul will give you an introduction in astronomy with live examples trough his telescope. • Dinner will be served on site and this place will also be the second overnight stay.
- 5 After breakfast there will be time to relax and once more enjoy the beautiful scenery and reforested area. • Before midday a private transport will bring you back to Sucre.

Anhang °15: Factsheets der einzelnen Fincas

part of the..

Centro Ecológico San Antonio de Aritumayu



..Finca Trail



parte del..

Centro Ecológico San Antonio de Aritumayu



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 11 km
Altitude • 3'100 m asl
Price • 230 BOB per pax
Including
• fullboard (breakfast, lunch, diner)
• walking tours
• firewood
• environmental education
Spoken languages • spanish, english, quechua

Restrictions

Minimum of clients • 2 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (in the office in Sucre or by email)
Restaurant • alimentation must be booked in advance
Accessibility • by private or organized transport (extra 30 BOB per pax)

Activities

- Walking tours
- Recreation
- Horsebackriding & Bicycle track
- Environmental education

Highlights

- Reforested area (in an arid zone)
- Human made microclimate
- Silence
- Special energy

Description

• This reforested area in an arid zone will surprise you. It has created an unique microclimate and shows you the possibilities of human beings who dedication themselves to a sustainable future. Also you will enjoy 10 years of experience in hospitality.

Información General

Distancia desde Sucre • 11 km.
Altura • 3100 msnm.
Precio • 230 Bs. por pers.
Incluye
• alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
• caminatas
• fogata
• educación ambiental
Idiomas • español, inglés, quechua

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 2 pers.
Tour de un día • con previa reserva en la oficina en Sucre o por correo electrónico
Restaurante • con previa reserva
Accesibilidad • con transporte privado u organizado por los dueños (30 Bs. adicional por pers.)

Actividades

- Caminatas
- Cabalgatas, tour en bicicletas
- Recreación
- Educación ambiental

Característica

- Área reforestada (en una zona árida)
- Microclima unico
- Paz
- Energía particular

Descripción

• Disfruta la Naturaleza en un ambiente con mucha paz y tranquilidad. Solo a 11 kilómetros de la ciudad se encuentra un lugar maravilloso. Además el servicio al cliente es muy eficaz.



• soysucre.info/category/finca-trail •





• soysucre.info/categoria/finca-trail •



part of the..

Refugio Andino Bramadero



..Finca Trail



parte del..

Refugio Andino Bramadero



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 24 km
Altitude • 3'400 m asl
Price • 350 BOB per pax
Including
• organized transport
• fullboard (breakfast, lunch, diner)
• walking tours
• firewood
• astronomy lesson (with star observation)
• tempered pool & sauna
Spoken languages • spanish, italian, quechua

Restrictions

Minimum of clients • 2 pax (on weekends)
• 8 pax (weekdays)
Daytours • this place can only be visited on Saturdays
Restaurant • only open for lunch
Accessibility • only by private transport

Activities

- 14 possible walking tours
- Astronomy lesson (with star observation)
- Birds & clouds observation
- Maragua lookout
- Visiting ancient drawings (pinturas rupestres)

Highlights

- Reforested area (in an arid zone)
- Human made microclimate
- Silence & tranquility
- Cleanliness

Description

• The place is a perfect hideout from the fast and noisy city. Get in touch with Nature and enjoy the service of 25 years of experience. The reforestation in an arid zone has created an unique microclimate and will let you wonder what human beings with passion are capable to create.

Información General

Distancia desde Sucre • 24 km.
Altura • 3400 msnm.
Precio • 350 Bs. por pers.
Incluye
• transporte organizado
• alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
• caminatas
• fogata
• observación de las estrellas
• piscina atemperada & sauna
Idiomas • español, italiano, quechua

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 2 pers. (durante el fin de semana)
• 8 pers. (durante la semana)
Tour de un día • solo sábados
Restaurante • solo almuerzo
Accesibilidad • solo con transporte organizado

Actividades

- 14 caminatas
- Observación de las estrellas y nubes
- Observación de aves
- Mirador de Maragua
- Visita a las pinturas rupestres

Característica

- Área reforestada (en una zona árida)
- Microclima unico
- Paz & tranquilidad
- Ambiente limpio

Descripción

• El lugar es perfecto para escapar de la rutina y del ruido de la ciudad. Disfruta de la Naturaleza y del excelente servicio del lugar. El ambiente en medio del bosque es maravilloso. Recomendable para un encuentro familiar o romántico.



• soysucre.info/category/finca-trail •





• soysucre.info/categoria/finca-trail •



Hacienda Huata

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 9 km
Altitude • 2'500 m asl
Price • 245 BOB per pax
Including
• fullboard (breakfast, lunch, diner)
• walking tours
• historical information
• tempered pools
Spoken languages • spanish, english

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or mail)
Restaurant • alimentation must be booked in advance
Accessibility • by private or organized transport (extra cost)

Activities

- walking tours
- Visiting waterfalls (7 cascadas)
- Visiting dinosaur park (parque cretácico)
- Motorbike & Quad tours

Highlights

- Hacienda of a former president
- History of the place
- Natural purified & tempered water

Description

• The history of this place is amazing and tells a lot about the story of Sucre. Worth mentioning are the naturally tempered pools and the beauty of the garden and plant nurseries. The service you receive is worth of the former presidents and the lovely decorated rooms speak for themselves.

Hacienda Huata

parte del..



..Finca Trail



Información General

Distancia desde Sucre • 9 km.
Altura • 2500 msnm.
Precio • 245 Bs. por pers.
Incluye
• alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
• caminatas
• información sobre la historia del lugar
• piscinas atemperadas
Idiomas • español, inglés

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • con previa reserva
Accesibilidad • con transporte privado u organizado por los dueños (costo extra)

Actividades

- Caminatas
- Visita a las 7 cascadas
- Visita al parque cretácico
- Tour de moto & cuadratrack

Característica

- Hacienda de ex presidente
- Historia del lugar
- Agua atemperada naturalmente

Descripción

• La historia del lugar es realmente impresionante, muestra la importancia de Sucre. Sus jardines y huertas son maravillosos. También hay piscinas atemperadas. El servicio que uno recibe es de alta calidad.

• soysucre.info/category/finca-trail •

• soysucre.info/category/finca-trail •

Centro Ecológico Juvenil en Cajamarca

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 26 km
Altitude • 3'300 m asl
Price • 400 BOB per cottage (up to 6 pax)
Including
• walking tours
• children playground
• environmental education
Spoken languages • spanish, english, german, quechua

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)
Restaurant • alimentation only for small groups, cottages are equipped with kitchens
Accessibility • by private or organized transport (extra cost) or by bike from Sucre (extra cost)
Additional • Sleepingbags are recommended

Activities

- Walking tours
- Visiting lookouts and the river
- Visiting ancient drawings (pinturas rupestres)
- Environmental education

Highlights

- Reforested area (in an arid zone)
- Human made microclimate
- The place is nearly auto sustainable

Description

• This auto sustainable centre demonstrates you the possibilities of human beings dedicating themselves to a sustainable future. Also the astonishing forest in the middle of an arid zone leaves you wondering and gets you in touch with Nature. Furthermore the cottages are made mostly of local materials and the furniture is manufactured by the centers carpentry.

Centro Ecológico Juvenil en Cajamarca

parte del..



..Finca Trail



Información General

Distancia desde Sucre • 26 km.
Altura • 3300 msnm.
Precio • 400 Bs. por casa familiar (6 pers.)
Incluye
• caminatas
• parque para niños
• educación ambiental
Idiomas • español, inglés, alemán, quechua

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • alimentación solo para grupos pequeños, las casas familiares cuentan con cocinas
Accesibilidad • con transporte privado u organizado por los dueños (costo extra) o en bicicleta desde Sucre (costo extra)
Adicional • Es recomendable llevar sleeping

Actividades

- Caminatas
- Visita a las pinturas rupestres
- Visita al río y miradores
- Educación ambiental

Característica

- Área reforestada (en una zona árida)
- Microclima único
- El Centro de Cajamarca es autosostenible

Descripción

• El Centro de Cajamarca es autosostenible, cuenta con un bosque reforestado lo cual lo hace muy especial. El lugar es perfecto para encuentros familiares y para aprender como cuidar el medio ambiente. Las casas familiares están hechas con materiales auténticos del lugar, los muebles creados por ellos mismos en su propia carpintería.



• soysucre.info/category/finca-trail •



• soysucre.info/category/finca-trail •

part of the..



..Finca Trail

parte del..



..Finca Trail

Alberge Socio Cultural Picili



General information

Distance from Sucre • 62 km
Altitude • 3'300 m asl
Price • 50 BOB per pax (dormitorio)
Including

- alimentation (diner, breakfast)
- intercultural exchange
- walking tours

Spoken languages • spanish, english, french, quechua

Restrictions

Minimum of clients • 2 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)
Restaurant • alimentation must be booked in advance
Accessibility • by private or organized transport (extra cost)
Additional • the market of Tarabuco is only on Sundays

Activities

- Walking tours
- Visiting local communities & families
- Visiting the market of Tarabuco

Highlights

- The way of life of the local communities
- Scenic views
- The market of Tarabuco

Description

• The famous market of Tarabuco is a must see if you are around Sucre. The exchange of any sort of food, livestock and goods often doesn't involve money. The overnight stay in Picili let's you get in touch with the local culture and leaves time to reflect your own view of the world.

Alberge Socio Cultural Picili



Información General

Distancia desde Sucre • 62 km.
Altura • 3300 msnm.
Precio • 50 Bs. por pers. (habitación compartida)
Incluye

- alimentación (desayuno, cena)
- intercambio de culturas
- caminatas

Idiomas • español, inglés, francés, quechua

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 2 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • con previa reserva
Accesibilidad • con transporte privado o organizado por la agencia Condor Trekkers (costo extra)
Adicional • el mercado de Tarabuco solo es los domingos

Actividades

- Caminatas
- Visita a las familias locales & comunidades
- Visita al mercado de Tarabuco

Característica

- Identidad cultural
- Vistas de paisajes
- El mercado de Tarabuco

Descripción

• El mercado de Tarabuco es muy importante para la gente del lugar porque aún siguen haciendo el intercambio de productos (trueque). También los visitantes pueden tener la experiencia del retorno hacia la comunidad de Picili. Ahí uno puede conectarse con la comunidad y tener un intercambio de cultura propia.



• soysucre.info/category/finca-trail •



part of the..



..Finca Trail

parte del..



..Finca Trail

Hacienda Kantu Nucchu



General information

Distance from Sucre • 23 km
Altitude • 2'400 m asl
Price • 120 BOB per pax
Including

- fullboard (breakfast, lunch, diner)
- walking tours
- historical information

Spoken languages • spanish, english

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)
Restaurant • alimentation must be booked in advance
Accessibility • by private or organized transport (extra cost)
Additional • only open from december until april

Activities

- walking tours
- Visiting famous saint

Highlights

- Hacienda of a former president
- History of the place

Description

• The descendants of a former president still inhabit a part of the hacienda and are passionate about sharing the rich history of the place. Visiting the intact and furnished hacienda you get an authentic feeling of the former way of life. Furthermore you will get to sleep in the same room once inhabited by the president and can enjoy the lovely river view from the terrace.

Hacienda Kantu Nucchu



Información General

Distancia desde Sucre • 23 km.
Altura • 2400 msnm.
Precio • 120 Bs. por pers.
Incluye

- alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
- caminatas
- información sobre la historia del lugar

Idiomas • español, inglés

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • con previa reserva
Accesibilidad • con transporte privado u organizado por los dueños
Adicional • abierto desde diciembre hasta abril

Actividades

- Caminatas
- Visita a la capilla del santo del lugar

Característica

- Hacienda de un ex presidente
- Historia del lugar

Descripción

• La hacienda está a cargo de algunos descendientes del ex presidente. Mantienen el lugar y cuentan la historia con mucha dedicación. Además duermen en los cuartos donde vivía el ex presidente. Los cuartos tienen una vista impresionante del río que está frente a la hacienda.



• soysucre.info/category/finca-trail •



Oasis Boliviano

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 50 km
Altitude • 2'000 m asl
Price • 200 BOB per room (double room)
Including
• breakfast
• walking tours
• Pool
• environmental education (water purification)
Spoken languages • spanish, english, french, quechua

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)
Restaurant • alimentation must be booked in advance
Accessibility • by public transport or taxi or bike from Sucre (extra cost)

Activities

- Walking tours
- Enjoying the river
- Visiting the plant nurseries
- Lookouts

Highlights

- Authentic work with the environment
- Authentic work with the local community

Description

• The place tries to be as sustainable and eco friendly as possible and is always improving the finca. Visiting this venue really gives on hand insight into the work towards a sustainable future. Furthermore the walk among the trees of the plant nurseries is amazing and gives you time to reflect and enjoy the scenery.

• soysucre.info/category/finca-trail •

Oasis Boliviano

parte del..



..Finca Trail

Actividades

- Caminatas
- Disfrutar el río
- Visita a las huertas
- Miradores

Característica

- Trabajo auténtico con el medio ambiente
- Trabajo juntamente con la comunidad

Descripción

• El lugar intenta ser autosostenible y siempre busca técnicas para tener un equilibrio con la Naturaleza. Su principal característica es el cuidado del medio ambiente especialmente trabajan con la purificación del agua. También las visitas a las huertas te ayudan a concientizar sobre el cuidado que debemos tener.

Información General

Distancia desde Sucre • 50 km.
Altura • 2000 msnm.
Precio • 200 Bs. por un cuarto doble
Incluye
• desayuno
• caminatas
• piscina
• educación ambiental (purificación del agua)
Idiomas • español, inglés, francés, quechua

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • con previa reserva
Accesibilidad • con transporte público, taxi o bicicleta desde Sucre (costo extra)

• soysucre.info/categoria/finca-trail •

Hacienda Santa Catalina

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 2 km
Altitude • 2'800 m asl
Price • the owners must be contacted
Including
• full board (breakfast, lunch, diner)
• recreational space
• plant nursery
• lookout
• pool
Spoken languages • spanish, english

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax
Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)
Restaurant • lunch and diner is served on a daily base
Accessibility • by public transport or taxi

Activities

- Market close by
- Visiting Sucre
- Motocross track

Highlights

- Typical hacienda of former times

Description

• This magical place lets you slip into a world of a former way of life. The intact and very beautiful hacienda conserved its charm and is a perfect hideout from the busy city of Sucre. On the other hand is the benefit of this hacienda. If you feel like it you are back in the city in no time and can enjoy all the commodities of the city life.

• soysucre.info/category/finca-trail •

Información General

Distancia desde Sucre • 2 km.
Altura • 2800 msnm.
Precio •
Incluye
• alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
• patio de descanso
• huerta
• mirador
• piscina
Idiomas • español, inglés

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.
Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico
Restaurante • almuerzo y cena a diario
Accesibilidad • con transporte público o privado

Actividades

- Visita al mercado cercano
- Visita al centro Sucre
- Hay una pista de motocross

Característica

- Hacienda antigua

Descripción

• El lugar es perfecto para escapar del ruido de la ciudad de Sucre. También por la ubicación se puede visitar el centro de Sucre. La hacienda esta muy bien conservada y puedes disfrutar una linda vista de las montañas.

• soysucre.info/categoria/finca-trail •

Nucleo Indigena Agro-Artesanal Jatun Yampara

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 23 km

Altitude • 3'200 m asl

Price • 925 BOB per pax

Including

- organized transport
- fullboard (breakfast, lunch, diner)
- intercultural exchange
- walking tours
- tourguide

Spoken languages • spanish, english, german, french, quechua (others are available)

Restrictions

Minimum of clients • 2 pax

Daytours • the owners must be noticed in advance (in the office in Sucre or by telephone or email)

Restaurant • alimentation must be booked in advance

Accessibility • by organized transport only

Additional • the market of Tarabuco is only on Sundays



Activities

- Walking tours
- Visiting local communities & families
- Visiting the market of Tarabuco

Highlights

- The culture and the intercultural exchange
- Scenic views
- The market of Tarabuco

Description

• This small community is situated close to Yamparaez. It is very tranquil and has a scenic view over the hills. One can get in touch with the locals and enjoy traditional and delicious food in the restaurant. Of course the market of Tarabuco is very accessible from Jatun Yampara.

• soysucre.info/category/finca-trail •

Nucleo Indigena Agro-Artesanal Jatun Yampara

parte del..



..Finca Trail



Información General

Distancia desde Sucre • 23 km.

Altura • 3200 msnm.

Precio • 925 Bs. por pers.

Incluye

- transporte organizado
- guía
- alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
- caminatas
- intercambio de culturas

Idiomas • español, inglés, alemán, francés, quechua (se puede preguntar por otras)

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 2 pers.

Tour de un día • con previa reserva en la oficina en Sucre, por teléfono o correo electrónico

Restaurante • con previa reserva

Accesibilidad • solo con transporte organizado por la agencia

Adicional • el mercado de Tarabuco solo es los domingos



Actividades

- Caminatas
- Visita a las familias locales & comunidades
- Visita al mercado de Tarabuco

Característica

- Intercambio de culturas
- Vistas de paisajes
- El mercado de Tarabuco

Descripción

• Si tienes interés por la cultura y quieres convivir con la gente del pueblo, esta es la mejor opción. También puedes disfrutar del maravilloso paisaje. Además el mercado de Tarabuco se encuentra muy cerca de ahí, el servicio que te ofrecen es muy eficaz.

• soysucre.info/categoria/finca-trail •

La Campana

part of the..



..Finca Trail



General information

Distance from Sucre • 20 km

Altitude • 2'600 m asl

Price • the owners must be contacted

Including

- full board (breakfast, lunch, diner)
- petting farm
- birdwatching
- environmental education (animals)

Spoken languages • spanish, english, dutch, german

Restrictions

Minimum of clients • 1 pax

Daytours • the owners must be noticed in advance (by telephone or email)

Restaurant • food is served but also accessible in Yotala (crossing the bridge)

Accessibility • by public or organized transport (extra cost)

Additional • maximum of 4 pax



Activities

- Walking tours
- Visiting the hacienda Kantu Nucchu
- Visiting Yotala
- Horsebackriding

Highlights

- The possibility to get in touch with animals
- Access to Yotala and the services

Description

• If you cross the hanging bridge from Yotala you will arrive at the finca. The place dedicates itself to the wellbeing and education about local animals. The other benefit of this place is the accessibility to the services of the small village Yotala.

• soysucre.info/category/finca-trail •

La Campana

parte del..



..Finca Trail



Información General

Distancia desde Sucre • 20 km.

Altura • 2600 msnm.

Precio • 200 Bs. por pers.

Incluye

- alimentación (desayuno, almuerzo, cena)
- zoológico de animales acariciables
- observación de aves
- educación ambiental

Idiomas • español, inglés, holandés, alemán

Recomendaciones

Mínimo de clientes • 1 pers.

Tour de un día • con previa reserva por teléfono o correo electrónico

Restaurante • hay alimentación a diario

Accesibilidad • con transporte público o transporte organizado (costo extra)

Adicional • capacidad máximo 4 pers.



Actividades

- Caminatas
- Visita a la hacienda Kantu Nucchu
- Visita a Yotala
- Cabalgatas

Característica

- Tener contacto con animales de diferentes especies
- La cercanía a Yotala y sus servicios

Descripción

• Los dueños quieren mucho a los animales, se nota por el trato y la forma que los cuidan. El lugar es perfecto para ir con niños porque hay un zoológico de animales acariciables. La cercanía que hay al pueblo de Yotala te permite visitar y disfrutar de los servicios de ahí.

• soysucre.info/categoria/finca-trail •

Anhang °16: Überprüfung der Servicekette

Servicekette

Servicepunkt	Erwartung des Gastes	Organisation
Info und Buchen	Professionalität, Genauigkeit, Information	Durch die Buchungsstelle wird eine hohe Professionalität gewährleistet. Die Informationen zu den Routen sind akkurat und genau gestaltet. Der Gast weiss somit was ihn erwartet.
Anreise und Ankommen	Angenehmer Transport, Pünktlichkeit, Sicherheit, persönlicher Empfang	Der Transport ist grundsätzlich privat organisiert. Dies gewährleistet die Pünktlichkeit und Sicherheit. Der Gast wird somit immer persönlich begrüsst.
Auspacken und Orientieren	persönlicher Empfang, Verortung, Offenheit	Der Gast wird auf den Fincas immer persönlich empfangen und über den Ort informiert. Somit wird die Verortung optimal abgedeckt und der Gast bekommt ein Gefühl des Willkommenseins.
Essen und Trinken	Authentische Küche, Gutes Essen	Der Gast bekommt auf allen Fincas regionale Küche. Ausserdem ist die Qualität des Essens überall sehr gut.
Wohnen und Schlafen	Sauberkeit, Möglichkeit zur Erholung, Liebe zum Detail	Die Fincas verfügen über eine hohe Komfortqualität und sind sehr sauber. Durch die Abgelegenheit ist eine Erholung optimal möglich (Ruhe, Sauberkeit).
Aktivität und Sport	Möglichkeit zur Bewegung, Entdeckung und Entspannung, Besuch von regionalen Besonderheiten	Alle Routen verfügen über Aktivitäten die dem Gast sportliche Betätigung oder Bewegung ermöglichen. Auch sind bei allen Routen lokale Besonderheiten eingebaut und es wird bewusst Zeit gelassen zum Entdecken, Entspannen, Verweilen und Reflektieren.
Natur- und Kulturraum	Regionale Besonderheiten, Aussichtspunkte, Führungen	Die Routen befassen sich alle mit lokalen Besonderheiten und verfügen über Höhepunkte (Aussicht Krater von Maragua, Geschichte der Fincas, wiederaufgeforsteter Wald, Markt von Tarabuco). Die Gäste sind ausserdem oft durch eine Begleitung geführt und können so direkt Fragen stellen.
Unterhaltung und Kultur	Authentische Erlebnisse, Interkultureller Austausch, Lokale Besonderheiten	Durch die Begleitung auf den Spaziergängen gibt es die Möglichkeit Fragen zu stellen. Ausserdem sind lokale Besonderheiten in das Angebot eingebaut und der kulturelle Austausch wird zum Teil aktiv gefördert (Besuch Markt von Tarabuco und Kommune, Spaziergang in den Gemüsegärten, Ausgang in Yotala)
Einkauf	Erzeugnisse vor Ort kaufen, lokale Produkte und Handwerkskunst	Generell können bisher auf den Fincas keine oder nur wenige Produkte gekauft werden. Dies ist ein Punkt, der verbessert werden muss. Allerdings gibt es die Möglichkeit auf dem Markt von Tarabuco lokale Produkte einzukaufen. Dies ist aber auf eine Route beschränkt.
Einpacken und Abreisen	Persönlicher Abschied, Sicher Ankommen in Sucre,	Die Besitzenden der Fincas verabschieden sich grundsätzlich persönlich und geben dem Gast ein Gefühl der Wertschätzung. Der private Transport zurück nach Sucre (ausser eine Route) gibt dem Gast eines abgerundeten Angebots.
Erinnern und Feedback	Möglichkeit zur Rückmeldung, Souvenir	Neben dem Rückmeldungssystem der Buchungsstelle und den Portalen im Internet (Tripadvisor.com etc.) wird keine eigentliche Meinung eingeholt. Dies deckt den notwendigen Bedarf ab. Es könnte angedacht werden, dass am Ende über die restlichen Routen informiert wird und ein allgemeines Souvenir abgegeben wird.

Quelle (siehe Literaturverzeichnis): (Forster et al., 2011, S.54-55)

Anhang °17: Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung

«Finca Trail»

Entscheidungsgrundlage &
Umsetzungsempfehlung



Von
Gregor Müller
Bachelorstudiengang 2014
Studienrichtung Umweltingenieurwesen
Abgabedatum: 01. August 2017

Erstellt für:
Marco Birchler & Nico Koehorst

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Aktuelle Situation	3
Grundidee	3
Ziel	3
Effekt	3
Vorgehen & Methoden	3
Analysen	5
Touristische Situation	5
Lokales Tourismusangebot	5
Besuche der Fincas	5
«SWOT»	6
Nachhaltigkeitsüberprüfung	6
Akteuranalyse	7
Wirkungsanalyse	7
Das neue Angebot	9
Zielgruppen	9
Das Netzwerk	9
Die Routen	10
Routen *1. - *4.	11
Preise und Verkaufsform	12
Marketing	13
Zeitplan	13
Kostenschätzung	14
Reflexion	15
Kontakt & Kompetenzen	15
Anhang	17

Grundlegendokument

Die Entscheidunggrundlage und Umsetzungsempfehlung basiert auf der Bachelorarbeit «Finca Trail im Umland von Sucre, Bolivien» von Gregor Müller. Für detaillierte Erarbeitungsschritte rund um die Arbeit wie Methoden, Herleitung der Inhalte oder Auswertung der Analysen ist die Arbeit zu konsultieren.

Kurzbeschreibung

Das neue touristische Angebot vereint die Fincas auf vorgefertigten Routen. Dies hat zum Ziel, dass die Fincas gezielter und gemeinsam beworben werden können. Dies entspricht auch dem Wunsch der Besitzenden der Fincas, den Tourismus zu intensivieren und so Mehreinnahmen zu generieren. Die Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung zeigt im Detail die Schritte zur Realisierung des Projekts auf.

Einleitung

Aktuelle Situation

Im Umland von Sucre existieren verschiedene Fincas, die für den Empfang von Touristen hergerichtet wurden. Jede Finca hat weiter unterschiedliche Aktivitäten rund um die thematischen Geschichte, legende Problem der Fincas ist die ungenügende Auslastung der Betten. Dies ist unter Anderem auf das unterentwickelte Marketing zurückzuführen. Daher entstand die Idee des neuen Angebots «Finca Trail» von Nico Koehorst und Marco Birchler. Das Projekt schlägt vor, die Fincas zu verbinden und so die Möglichkeit einer gemeinsamen Vermarktung zu erhalten und damit die Gästelauslastung zu steigern.

Grundidee

Die Grundidee ist mehrträgige Routen zu kreieren, um die Fincas zu verbinden. Dies damit ein neues Produkt im Umland von Sucre erstellt werden kann. Jede Route verfügt über eine spezifische Thematik wie die Kultur oder die Natur. Der Vorteil der verschiedenen Routen ist die Zielgruppenabdeckung, da unterschiedliche Vorlieben angesprochen werden. Zusätzlich soll ein Netzwerk gegründet werden, der die übergeordnete Organisation des «Finca Trails» strukturiert und leitet. Ausserdem werden so die Projektkosten auf die Projektbeteiligten verteilt.

Ziel

Das Ziel des neuen Angebots ist die gezieltere Vermarktung der Fincas. Damit soll die Bettenauslastung gesteigert werden und Mehreinnahmen entstehen. Die Strategie dieses Ziel zu erreichen ist eine intensivere Vermarktung im Internet und auf dem lokalen Markt.

Effekt

Der Effekt der durch das Angebot erreicht werden soll ist die Steigerung der Bekanntheit der Fincas im Umland von Sucre als Orte für Ausflüge und Erholung. So soll ausserdem die Popularität der Region für die Touristen und die lokale Bevölkerung gesteigert werden.

Vorgehen & Methoden

Um das Angebot zu konkretisieren wurden zwei Schritte durchgeführt. Zuerst wurden diverse Analysen durchgeführt, die als Grundlage für die Erarbeitung dienten. Es wurden Interviews mit Experten und Besuche sowie Befragungen der einzelnen Fincas durchgeführt. Ausserdem wurde der touristische Markt in Form von Befragungen bei den lokalen Agenturen untersucht. Auch wurde eine SWOT Analyse erstellt und die Fincas, anhand einer selbst erarbeiteten Nachhaltigkeitscheckliste überprüft. Weiter wurde eine Wirkungs- und Akteuranalyse durchgeführt. Anschliessend wurde mit der Ausarbeitung des neuen Angebots begonnen. Diese basiert auf dem Buch «Tourismus - ganz natürlich!», das in ausführlichen Schritten die Erarbeitung begleitet. Daraus entstand ein Vorschlag für die Organisation des Netzwerkes. Auch wurden die Routen ausgearbeitet und visualisiert. Es wurden Vorschläge zu den Preisen, Zielgruppen und dem Marketing gemacht und ein Zeitplan wurde definiert. Als Letztes wurden eine Kostenschätzung des Angebots erstellt.

Analysen

Touristische Situation

Die Anzahl der Touristen die jedes Jahr Sucre besuchen liegt zwischen 20'000 - 40'000 Personen. Generell besuchen die Touristen die Stadt zwischen 2 und 3 Tagen, allerdings wäre etwa eine Woche notwendig um diese und das Umland kennenzulernen. Im Umland von Sucre bestehen wenig touristische Produkte, Orte und Aktivitäten die angeboten werden in Relation zur vorhandenen Attraktivität. Dies demonstriert das Potenzial vor Ort für eine touristische Entwicklung.

Lokales Tourismusangebot

Aufgrund der Befragung wurde erkannt, dass nur zwei lokale Agenturen ausser der Tour zum Krater von Maragua andere Optionen anbieten um das Umland von Sucre zu besuchen. Ausserdem bieten die wenigstens Agenturen Touren von mehreren Tagen an. Die Preise für die Touren sind sehr unterschiedlich und intransparent je nach Service oder Gewinnspanne der Agenturen. Die Preise für eine Zweitages tour liegen zwischen 840 BOB und 3'010 BOB pro Person.

Besuche der Fincas

Aufgrund der Besuche der Fincas sind zehn zentrale Punkte hervorgegangen, die für die Realisierung des Angebots beachtet wurden. Diese sind folgend aufgeführt.

*1 Es gibt drei zentrale Aspekte, die durch die Fincas abgedeckt werden. Ein Teil der Fincas beschäftigen sich mit der Natur, ein Teil mit der andinen Kulturen und ein Teil mit der prä-sidentialen Geschichte von Bolivien.

*2 Die Preise (zwischen 30 BOB-950 BOB; pro Person und Nacht) und Leistungsabdeckungen der Fincas sind sehr unterschiedlich und müssen für ein kohärentes Angebot angeglichen oder bei der Kombination der Produkte beachtet werden.

*3 Die Zielgruppen der einzelnen Fincas variieren und müssen bei der Kombination der Orte ebenfalls beachtet werden.

*4 Der Weg zwischen den Fincas muss aufgrund der Geografie und Distanz zum Teil mit dem Auto bewerkstelligt werden.

*5 Der Grossteil der Fincas hat viel Erfahrung (zum Teil Jahrzehnte) im Tourismus.

*6 Alle Fincas bieten zusätzliche Produkte (Spaziergänge, Beobachtungen, Schwimmbäder) an, die in ein Angebot eingebaut werden können.

*7 Die maximale Übernachtungskapazitäten der einzelnen Fincas ist unterschiedlich (zwischen 4 - 68 Personen).

*8 Die Fincas sind unterschiedlich erreichbar, einige mit dem öffentlichen Verkehr oder Taxi und andere nur mit privatem Transport.

*9 Die Werbung und das Marketing aller Fincas ist ungenügend und muss grundlegend verbessert werden. Auch muss bei einem übergeordneten Angebot der Internetauftritt strukturiert und auf einen aktuellen Stand gebracht werden.

*10 Allen Besitzenden der Fincas ist es ein Anliegen den Tourismus in Zukunft zu intensivieren und sind bereit an einem übergeordneten Angebot mitzuarbeiten.

- 5 -



«SWOT»

Die folgende Grafik zeigt die «SWOT» Analyse. Eine der Stärken ist, dass die Fincas für den Tourismus vorbereitet sind um ein neues Produkt auf dem lokalen Markt zu lancieren. Auf der anderen Seite ist eine Schwäche, dass der Internetauftritt verbessert werden muss. Chancen für das neue Angebot sind die bisher wenigen touristischen Angebote die im Umland von Sucre bestehen und der steigende Tourismus im Bereich Umwelt und Kultur. Ein Risiko ist die Zusammenarbeit mit den lokalen Kommunen und Agenturen.

Intern	
Stärken Betriebsbereite und funktionierende Fincas (bestehende Produkte) Authentische Kultur- und Naturlandschaft Ein Grossteil der Betreibenden der Fincas haben jahrelange Erfahrung im Tourismus	Schwächen Unbekanntheit der Fincas (als Übernachtungsmöglichkeit) und deren Natur- und Kulturattraktionen Heterogenität des Ausbaustandards und Leistungsabdeckung der Fincas unterentwickelter Internetauftritt
Chancen Es gibt wenig touristische Angebote im Umland von Sucre Steigendes Bewusstsein für Umwelt- und Fairness und Interesse an der lokalen Kultur und Natur durch die Touristen Das Projekt ist auch für die Zielgruppe der «Best Ager» geeignet	Risiken Verkauf des zukünftigen Angebots via der lokalen Touranbieter Zusammenarbeit mit den lokalen Kommunen Ausscheiden der Gäste aufgrund des Zeitmangels (bei langen Reisen durch ganz Bolivien)

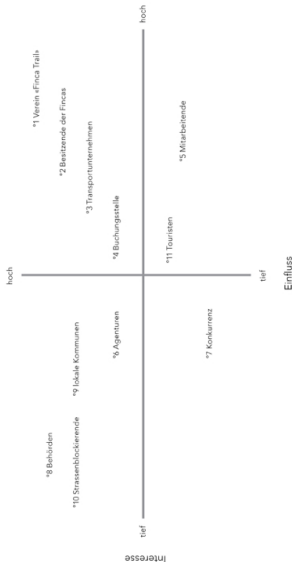
Extern

Nachhaltigkeitsüberprüfung

Die Nachhaltigkeitsüberprüfung der Fincas wurde aufgrund der Besuche und Interviews mit den Besitzenden der Fincas gemacht. Es zeigt sich, dass die Fincas grundsätzlich über eine hohe Nachhaltigkeit verfügen. Allerdings könnte mit wenig Aufwand die Nachhaltigkeit der Fincas und somit des neuen Angebots erhöht werden. Damit das neue Angebot eine hohe Nachhaltigkeit erreicht, wird vorgeschlagen ein Netzwerk zu gründen. Dieses muss sich mit der Vermarktung des Angebots und der Implementierung von Leitfäden rund um Nachhaltigkeit befassen. Zusätzlich hat sich gezeigt, dass die Besitzenden der Fincas vermehrt lokale Produkte verkaufen und stärker auf erneuerbare Energien setzen sollten.

Akteuranalyse

Die Akteuranalyse zeigt das Interesse und den Einfluss der einzelnen Akteure. Die wichtigsten Akteure sind Personen, die an der Organisation des «Finca Trails» beteiligt sind (*1, *2). Interessant ist auch die Konkurrenz (*7). Diese hat wenig Einfluss, da es nur begrenzt Fincas im Umland von Sucre gibt und daher das neue Angebot nicht ohne grossen Aufwand kopiert werden kann.



Wirkungsanalyse

Die Wirkung des neuen Angebots wird durch die unten angefügt Analyse demonstriert. Es zeigt sich, dass die Fincas und das Umland von Sucre auf lange Sicht bekannter werden und somit das gewünschte Ziel, die Bettenauslastung der Fincas zu erhöhen, erreicht werden kann.

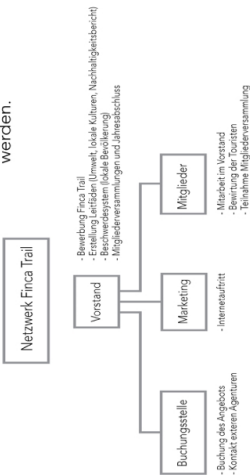
Input (Ressourcen)	Output (Leistungen)	Outcomes (Wirkung für Zielgruppe)	Impact (Wirkung für Gesellschaft)
- Übernachtungsmöglichkeiten - Transportmittel - gepflegte Anlagen - geführte Touren - Werbung - Zusammenarbeit - Vernetzung	Die Zielgruppe (vornehmlich internationale Touristen) soll durch die Vernetzung der Fincas und intensive Bewerbung des neuen Angebots die Möglichkeit erhalten die Fincas und das Umland von Sucre zu entdecken.	Durch das neue Angebot soll die Zielgruppe für die Schönheiten und Eigenheiten der Fincas und des Umlandes von Sucre sensibilisiert werden und diese in einer mehrstädtigen Tour besuchen.	Die Fincas und das Umland von Sucre sollen bei der Gesellschaft, Touristen wie auch Einheimische, als Erholungs- und Ausflugsziele bekannt sein.

Das neue Angebot

Zielgruppen

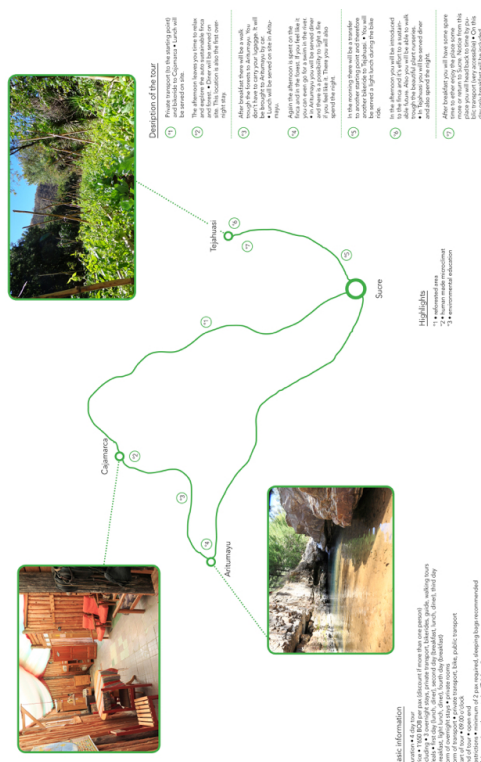
Das neue Angebot wurde primär für Paare und kleine Gruppen bis sechs Personen konzipiert. Ein Grossteil der internationalen Touristen, die Bolivien besuchen sind zwischen 20 und 39 Jahren alt und daher wurden die Routen vor allem für diese Zielgruppe erstellt. Diese Zielgruppe hat ein hohes Interesse an Kultur und Natur und gemäss der Masterarbeit von Martina Weber (Abgängerin ZHAW), im Durchschnitt ein Tagesbudget von bis zu 80 US-\$. Weiter wurde bei der Ausarbeitung die Gruppe der «DINKS» miteinbezogen. Diese Gruppe bezieht sich auf Paare ohne Kinder und mit einem eher hohen Einkommen. Diese Gruppe hat ausserdem ein hohes Interesse an sportlichen Aktivitäten, die bei der Ausarbeitung ebenfalls beachtet wurde. Eine weitere Gruppe sind die «Best Agers», die sich durch eine gute finanzielle Situation und ein hohes Interesse an Natur charakterisieren. Diese Gruppe wird gemäss den Experten Danielli und Sonderegger in Zukunft an Bedeutung gewinnen und wurde daher ebenfalls miteinbezogen. Die Routen wurden für den internationalen Tourismus ausgelegt. Dies hat den Grund, da für den nationalen Tourismus keine verlässlichen Grundlagen zur Verfügung stehen. Allerdings muss beachtet werden, dass in Zukunft dieser Markt an Bedeutung gewinnen könnte. Dies hängt mit der steigenden Umweltbildung auf der Welt zusammen, die stark mit der Nachfrage nach Aktivitäten in der Natur zusammenhängt (Danielli und Sonderegger). Ideal wäre, wenn der lokale Markt ebenfalls einen starken Anteil an der Auslastung der Fincas hätte, damit die Abhängigkeit vom internationalen Markt verringert werden könnte.

Das Netzwerk
Aufgrund der Auswertung der Nachhaltigkeitscheckliste wäre es von Vorteil, wenn die Beteiligten des «Finca Trails» ein Netzwerk gründen um die Organisation rund um das neue Angebot zu lancieren. Dies würde das Marketing und die Kommunikation des neuen Angebots erleichtern. Die folgende Grafik zeigt die vorgeschlagenen Hierarchie und die zentralen Aufgaben der jeweiligen Stufe des Netzwerkes. Der Vorstand beschäftigt sich mit der Vermarktung, Kommunikation und der Erstellung der Leitfäden rund um die Nachhaltigkeit. Für den Verkauf ist es zentral, dass mit einer Buchungsstelle (lokale Agentur) zusammengearbeitet wird und eine Stelle geschaffen wird, die sich ausschliesslich mit der Werbung im Internet beschäftigt. Das Netzwerk soll durch den Verkauf der Routen finanziert werden.



Die Routen

Für den «Finca Trail» wurden vier Routen erstellt, die sich jeweils mit der Natur, Geschichte oder lokalen Kultur auseinandersetzen. Das folgende Bild zeigt eine der Visualisierung der Routen. Die restlichen sind im Anhang angefügt. Zusätzlich wurde pro Finca ein «Factsheet» erstellt, dass zur Bewerbung auf dem lokalen Markt und zur Zusammenstellung von individualisierten Routen dient. Die «Factsheet» sind ebenfalls im Anhang angefügt.



Route 01

Die erste Route beschäftigt sich mit der lokalen Kultur. Die Tour findet während drei Tagen und zwei Nächten statt. Am ersten Tag findet ein Besuch bei der Kommune in Jatun Yampara statt. Dort wird auch die erste Übernachtung stattfinden. Der zweite Tag steht im Zeichen des Besuches des berühmten Marktes von Tarabuco. Anschliessend wird nach Pili spaziert, wo die zweite Nacht verbracht wird. Am dritten Tag wird auf einer anderen Route zurück nach Tarabuco spaziert. Dort wird mittels einem privaten Transport nach Sucre zurückgefahren. Diese Route wird nur während den Wochenenden buchbar sein, da der Markt in Tarabuco nur am Sonntag stattfindet. Diese Route wird durch «Turismo Sucre» und «Condor Trekkers» organisiert.

Route 02

Die zweite Route setzt sich mit der Natur und sportlichen Aktivitäten auseinander. Diese Route findet während vier Tagen und drei Nächten statt. Der erste Tag beginnt mit einer Fahrradtour nach Cajamarca. Dort kann der Tourist ausspannen und die Finca kennenlernen. Ausserdem wird dort auch die erste Nacht verbracht. Der zweite Tag beginnt mit einem Spaziergang nach Aritumayu wo wiederum Zeit zum Ausspannen und Entdecken zur Verfügung steht. Der dritte Tag steht wiederum im Zeichen einer Fahrradtour nach Tejahuasi. Dort wird geschlafen und es können die Gemüsegärten besucht werden. Der letzte Tag steht zur freien Verfügung und die Touristen kehren mit dem öffentlichen Verkehr nach Sucre zurück. Diese Route wird durch die Besitzenden der Fincas und William Nuñez mit seiner Transportfirma organisiert.

Route 03

Die dritte Route hat die Geschichte von Bolivien als Hauptthematik. Die Route ist dreitägig und beginnt mit einem Ausritt zur Finca Kantu Nuchu. Dort wird die Geschichte der Finca kennengelernt und zu Mittag gegessen. Später wird nach Yotala zurückgeritten und in der Finca «la campana» übernachtet. Der nächste Tag beginnt mit einer Vogelbeobachtung. Anschliessend wird die Finca in Huata besucht, wo auch übernachtet wird. Dort bleibt Zeit zum Besuch des ausgedehnten Gartens. Am letzten Tag werden die Wasserfälle «7 cascadas» besucht bevor die Tour in Sucre endet. Die Routen sind wiederum durch die Besitzenden der Fincas, William Nuñez und Julio Uriarte mit seiner Firma für Pferdausritte organisiert.

Route 04

Die letzte Route ist eine Mischung aus Natur und Geschichte von Bolivien. Diese Route ist ebenfalls dreitägig. Sie startet mit einem Besuch der Wasserfälle «7 cascadas». Anschliessend wird die Finca in Huata besucht, wo auch geschlafen wird. Am zweiten Tag wird der Aussichtspunkt des Kraters von Maragua besucht und anschliessend zur Finca in Bramadero spaziert. Dort wird die zweite Übernachtung stattfinden und am Abend besteht die Möglichkeit einer Sternbeobachtung. Die Tour endet mit einem Transport nach Sucre nach dem Frühstück. Diese Route wird durch die Besitzenden der Fincas und William Nuñez organisiert. Dies ist die kürzeste Route für Touristen, die unter Zeitdruck stehen.

Preise und Verkaufsform

Die nächste Grafik zeigt die Preise pro Person und Route. Ausserdem ist der Grafik ein Vorschlag für die Verkaufspolitik angefügt. Die detaillierten Preiszusammenstellung sind im Anhang angefügt. Es wird erkannt, dass ab zwei Personen die Preise unter den 80 US-\$ pro Person liegen, was die Routen erschwinglich für die Mehrheit der Touristen in Bolivien macht. Es wird ausserdem vorgeschlagen, dass bei einer individualisierten Route ein Aufpreis von 20% gemacht wird. Auch ist es bei einer personalisierten Route nicht möglich mit dem Fahrrad oder zu Pferd zu reisen, da eine Routenänderung schwierig zu bewerkstelligen ist. Für die Organisation der Buchungen wird die Zusammenarbeit mit nur einer lokalen Agentur vorgeschlagen. Dies hat den Zweck, dass die Qualität der Buchungen immer dasselbe Niveau hat. Es wird die Agentur «Turismo Sucre» vorgeschlagen, da diese über die notwendigen Kapazitäten und Erfahrung in der Organisation von touristischen Angeboten verfügt. Für die Organisation wird eine Kommission von 7%-10% ausgerichtet. Wird die Tour durch eine andere Agentur verkauft, wird eine Kommission von 10% veranschlagt. Zentral ist, dass die lokalen Agenturen die Preise nicht verändern dürfen, damit das Angebot auf dem lokalen Markt denselben Preis beibehält.

Route *1						
Anzahl Personen	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Realer Preis der Route (in BOB)	1'375	1'258	1'219	1'199	1'188	1'170
Preis pro Person (Verkaufsvorschlag)	1400	1'250	1'250	1'250	1'250	1'250

Route *2						
Anzahl Personen	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Realer Preis der Route (in BOB)	1650	1'299	1'260	1'199	1'182	1'143
Preis pro Person (Verkaufsvorschlag)	1650	1'300	1'300	1'300	1'300	1'300

Route *3						
Anzahl Personen	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.		
Realer Preis der Route (in BOB)	1'790	1'398	1'281	1'252		
Preis pro Person (Verkaufsvorschlag)	1800	1400	1400	1400		

Route *4						
Anzahl Personen	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Realer Preis der Route (in BOB)	1'007	908	888	879	872	869
Preis pro Person (Verkaufsvorschlag)	1'000	900	900	900	900	900

Marketing

Gemäss den Experten Danielli und Sonderegger ist das Internet heutzutage eine wichtige Plattform zur Vermarktung. Auch wird das Internet in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen. Daher ist es wichtig, dass der «Finca Trail» über dieses Medium beworben wird. Es wird vorgeschlagen, dass die Internetseite «soysucre.info» von Marco Birchler benutzt wird. Dort wird er das neue Angebot publizieren. Möchte eine Finca individuell auf dieser Internetseite beworben werden muss dies separat bewerkstelligt werden. Auch wird vorgeschlagen, dass die Internetseiten «tripadvisor.com» und «google.com/maps» benutzt werden. Diese haben den Vorteil, dass sie kostenlos sind und die Rückmeldungen der Touristen zum Angebot eingesehen werden können. Auf dem lokalen Markt wird mit den Agenturen gearbeitet, die Interesse daran zeigen das Produkt zu verkaufen. Ausserdem soll mindestens mit einer Agentur in La Paz, Santa Cruz und Uyuni gearbeitet werden, um das Produkt auf nationaler Ebene in anderen Städten anbieten zu können.

Zeitplan

Um das neue Angebot zu initiieren wurde ein Zeitplan erstellt. Dieser ist der folgenden Grafik zu entnehmen. Es wird aufgezeigt, dass bei Einhaltung des Zeitplans und der fünf wichtigsten Schritte das neue Angebot Ende 2017 auf dem lokalen Markt, zum Verkauf bereitsteht.

Nr.	Tätigkeit	August 17	September 17	Oktober 17 - Dezember 17
*1	Vorstellung des Projekts	Ende August 17		
*2	Entscheid Projektinitierung			
*3	Gründung des Netzwerkes			
*4	Vertragsabschluss mit den Agenturen und Publizierung im Internet			
*5	Startveranstaltung mit den Agenturen und Zeitungen			Ende Dezember 17

Meilensteine —

Kostenschätzung

Aus der nächsten Grafik werden die Kosten zur Initiierung und die jährlichen Betriebskosten des Angebots aufgeführt. Für die Initiierung soll jeder Beteiligte einen einmaligen Betrag von 400 BOB aufwenden. Dieser Betrag gilt auch als Mitgliederbeitrag. Für die jährlichen Kosten wird vorge-schlagen, dass ein kleiner Prozentsatz (1-3%) aus den Verkäufen der Routen zur Deckung der Kos-ten benützt wird.

Initiierungskosten	Total BOB	4'000.-
Netzwerkgründung (Planung und Organisation)	BOB	300.-
Ausarbeitung des Werbematerials	BOB	Eigenleistung
Druck des Werbematerials (10'000 Stück)	BOB	1'500.-
Werbung im Internet (soysucra.info, tripadvisor.com)	BOB	Eigenleistung
Markenschutz «Finca Trail»	BOB	1'000.-
Souvenirs vom «Finca Trail» (80 Stück, Schlüsselanhänger)	BOB	800.-
Reserve 10%	BOB	400.-
Jährliche Betriebskosten	Total BOB	2'000.-
Werbung (Druck Werbematerial, Souvenirs, Marketing)	BOB	1'500.-
Reserve	BOB	500.-
Finanzierung des Angebots	Total BOB	4'000.-
Netzwerk «Finca Trail» (Mitgliederbeitrag pro Mitglied, 400 BOB)	BOB	4'000.-
Finanzierung der Betriebskosten	Total BOB	2'000.-
Netzwerk «Finca Trail» (1-3% der Verkäufe des neuen Produktes)	BOB	2'000.-

Reflexion

Aus der Analyse und der Ausarbeitung geht hervor, dass ein fundiertes Ange-bot entstanden ist, welches am lokalen Markt bestehen kann. Durch die Zu-sammenarbeit mit den Besitzenden der Fincas und Dank der Analyse des loka-len Marktes, wird ein solides Wachstum vorausgesehen. Die Ausarbeitung des Produktes wurde minuziös durchgeführt und beinhaltete Besuche der einzelnen Fincas, Interviews und diverse Analysen. Somit ist auszuschliessen, dass relevante Aspekte für das Angebot nicht mitein-bezogen wurden.

Schliessend und aufgrund der Aus-wertung der Nachhaltigkeitscheckliste kann gesagt werden, dass die Fincas eine hohe Nachhaltigkeit innehalten. Al-lerdings könnte mit kleinem Effort eine höhere Nachhaltigkeit erzielt werden, was auch für das zukünftige Angebot dienlich wäre und dem aktuellen Zeit-geist entspricht.

Kontakt & Kompetenzen

Diese Zusammenfassung wurde durch Gregor Müller im Rahmen des Ab-schlusses des Studiums als Umweltingenieur der Fachhochschule ZHAW in Wädenswil erstellt. Durch den Fokus auf Landschaft, Bildung und Touris-mus bin ich optimal vorbereitet für die gestellte Aufgabe und die Ausbildung entspricht dem Themenfeld in dem die Arbeit angesiedelt ist. Bei Fragen oder Anregungen zur Entscheidungsgrund-lage und Umsetzungsempfehlung stehe ich gerne zur Verfügung.

Für eine weitere Bearbeitung des Auftrags oder ähnliche Projekte bin ich unter der unten angefügten Adresse erreichbar.

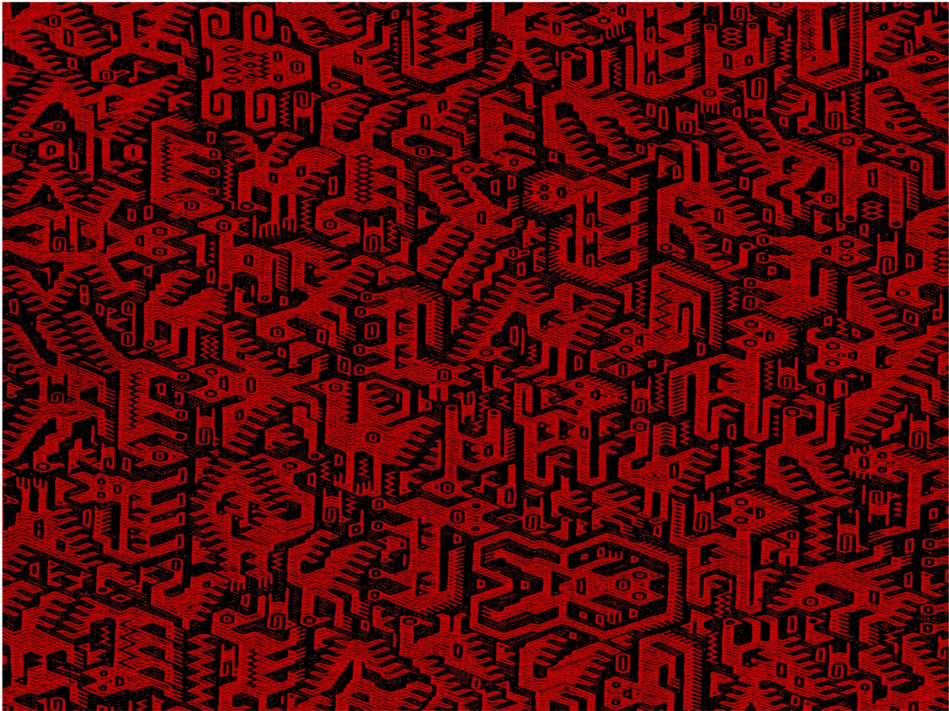
- Gregor Müller
- Aegeristrasse 120
- 6300 Zug
- CH – Schweiz
- gregor_mueller@gmx.ch

Anhang

Preise der *1 Route (Kultur)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. – inbegriffen in Übernachtungspreis, (-) = keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbausteine	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport nach Jatun Yampara	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mittagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*1 Übernachtung	925	1850	2775	3700	4625	5500
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Tarabuco	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	50	100	150	200	250	300
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Transport nach Sucre	200	200	200	200	200	200
Zwischentotal	1'175	2'150	3'125	4'100	5'075	6'000
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	82	151	219	287	355	420
Zuschlag Agenturen (10%)	118	215	313	410	508	600
Endpreis	1'375	2'515	3'657	4'797	5'938	7'020



Preise der *2 Route (Natur)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis, (.) = keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport und Fahrradtour	250	500	750	1'000	1'250	1'500
Mittagessen	40	80	120	160	200	240
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*1 Übernachtung	400	400	400	400	400	400
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mitagsessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	230	460	690	920	1'150	1'380
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport und Fahrradtour	270	540	810	1'080	1'350	1'620
Mittagessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	20	40	60	80	100	120
*3 Übernachtung	200	200	400	400	600	600
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Zwischentotal	1'410	2'220	3'230	4'040	5'050	5'860
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	99	155	226	283	354	410
Zuschlag Agenturen (10%)	141	222	323	404	505	586
Endpreis	1'650	2'597	3'779	4'727	5'909	6'856

Preise der *3 Route (Geschichte)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. = inbegriffen in Übernachtungspreis,

(.) = keine zusätzlichen Kosten, 4 Personen maximal

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.
Transport nach Yotala	70	70	70	70
Vormittagsprogramm	350	700	1'050	1'400
Mittagessen	35	70	105	140
Nachmittagsprogramm	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Abendessen	35	70	105	140
*1 Übernachtung	100	200	300	400
Frühstück	30	60	90	120
Vormittagsprogramm	-	-	-	-
Transport nach Huata	230	230	230	230
Mittagessen	70	140	210	280
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-
Abendessen	40	80	120	160
*2 Übernachtung	245	420	630	840
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Vormittagsprogramm	25	50	75	100
Transport nach Sucre	300	300	300	300
Zwischentotal	1'530	2'390	3'285	4'280
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	107	167	230	300
Zuschlag Agenturen (10%)	153	239	329	428
Endpreis	1'790	2'796	3'844	5'008

Preise der 94 Route (Natur und Geschichte)

Preise in bolivischen Bolivars, inkl. – inbegriffen in Übernachtungspreis, (-) – keine zusätzlichen Kosten

Leistungsbaustein	1 Person	2 Pers.	3 Pers.	4 Pers.	5 Pers.	6 Pers.
Transport nach Huata	100	100	100	100	100	100
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mitgessen	70	140	210	280	350	420
Nachmittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Abendessen	40	80	120	160	200	240
*1 Übernachtung	295	420	630	840	1050	1260
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Brnadero	21	42	63	84	105	126
Vormittagsprogramm	-	-	-	-	-	-
Mitgessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Nachmittagsprogramm	35	70	105	140	175	210
Abendessen	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
*2 Übernachtung	350	700	1050	1400	1750	2100
Frühstück	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Transport nach Sucre	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Zwischentotal	861	1552	2278	3004	3730	4456
Zuschlag Buchungsstelle (7%)	60	109	159	210	261	312
Zuschlag Agenturen (10%)	86	155	228	300	373	446
Endpreis	1007	1816	2665	3514	4364	5214

91 Route (Kultur)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungsfragende
Transport nach Jatun Yampara	Start in Sucre am Morgen (ca. 09:00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach Jatun Yampara	TuSucre
Vormittagsprogramm	Besichtigung des Ortes (Kapelle, Chicheria, Museum mit Medizin und Kleidungsart, Lamas) / Kennenlernen und Zeit zum Verweilen	TuSucre (mit Guide)
Mitgessen	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour), lokale Speise	TuSucre
Nachmittagsprogramm	Fahrt nach Yamparaez und anschließender Spaziergang zu nahegelegenen Aussichtspunkt / Geniessen der Landschaft	TuSucre (mit Guide)
Transport nach Jatun Yampara	Rückkehr nach Jatun Yampara	TuSucre
Abendessen	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour), lokale Speise	TuSucre
*1 Übernachtung	Erste Übernachtung in Jatun Yampara / Zeit zum Verweilen	TuSucre
Frühstück	Im Restaurant vor Ort (inbegriffen in Tour)	TuSucre
Transport nach Tarabuco	Fahrt nach Tarabuco mit Privattransport, Übergabe des Gepäcks an zweiten Transport und kennenlernen des neuen Guides (Condor Trekkers)	TuSucre / Condor Trekkers
Vormittagsprogramm	Besuch des lokalen Marktes und kennenlernen der andinen Kultur (auf Wunsch mit Guide) / Zeit zum Verweilen und Entdecken	Condor Trekkers (mit Guide)
Mitgessen	Vor Ort auf eigene Rechnung (entweder auf Markt oder in lokalem Restaurant)	-
Nachmittagsprogramm	Spaziergang nach Picili (auf dem selben Weg wie die lokale Bevölkerung) / Geniessen der Landschaft und Zeit zum Reflektieren	Condor Trekkers (mit Guide)
Abendessen	In der Finca vor Ort, zubereitet durch lokales Personal (inbegriffen in Tour), vegetarische Speise	Condor Trekkers
*2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in Picili / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca vor Ort (inbegriffen in Tour)	Condor Trekkers
Vormittagsprogramm	Geführte Tour auf anderer Route zurück nach Tarabuco	Condor Trekkers (mit Guide)
Mitgessen	vor Ort auf eigene Rechnung in lokalem Restaurant	-
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 16:00 Uhr	Condor Trekkers

°3 Route (Geschichte)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport nach Yotala	Start in Sucre am Morgen (ca. 09.00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach Yotala	Julio Uriarte
Vormittagsprogramm	Instruktion und Ausritt zu Pferd nach Kantu Nucchu / Geniessen der Landschaft	Julio Uriarte
Mittagessen	In der Finca Kantu Nucchu (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Patricio Marion
Nachmittagsprogramm	Beichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Zeit zum Verweilen, Rückritt auf Pferd nach Yotala (andere Route) / Entdecken der Geschichte Boliviens und der Finca, Zeit zum Verweilen	Patricio Marion / Julio Uriarte
Aberdessen	In der Finca La campana (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Nico Koehorst
*1 Übernachtung	Erste Übernachtung in der Finca La campana (Möglichkeit zu Besuch des Dorfes Yotala) / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca La campana (inbegriffen in Tour)	Nico Koehorst
Vormittagsprogramm	Vogelbeobachtung und Verweilen in der Finca und Yotala / Zeit zum Entdecken	Nico Koehorst
Transport nach Huata	Fahrt nach Huata mit Privattransport	William Nunez
Mitagessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
Nachmittagsprogramm	Beichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Freizeit für Spaziergänge in der Umgebung und den ausgedehnten Gärten	Pirola Villaroel
Aberdessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
*2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in der Finca in Huata / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour)	-
Vormittagsprogramm	Spaziergang zu 7 cascadas, Snack auf dem Weg (inbegriffen in Tour)	Pirola Villaroel
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 13.00 Uhr	William Nunez

°2 ruta (naturaleza)

Programa	Descripción y actividades	Encargado
Transporte y tour de bicicleta	De Sucre hrs. 09.00, en transporte privado hacia el punto de cambio (área de Sucre), tour en bicicleta hacia Cajamarca	William Nunez
Almuerzo	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida local	Anselmo Ari (Cajamarca)
Por la tarde	Conociendo la finca en Cajamarca y caminata hacia el río / tiempo para conocer y descubrir	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida local	Anselmo Ari (Cajamarca)
*1 pernотación	Primera pernотación en Cajamarca / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	-
Por la mañana	Caminata hacia Artumayu, la equipaje esta llevado por el personal de Cajamarca / descubriendo la naturaleza	Anselmo Ari
Almuerzo	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
Por la tarde	Tiempo libre para conocer Artumayu, caminatas en el bosque y al lado del río / conocer y disfrutar	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
*2 pernотación	Segunda pernотación en Artumayu, con fogatas por la noche / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
Transporte y tour de bicicleta	De Artumayu hrs. 10.00, en transporte privado hacia el punto de cambio (área de Sucre), tour en bicicleta hacia Tejahuasi	William Nunez
Almuerzo	Merienda durante el tour de bicicleta	William Nunez
Por la tarde	Conociendo a la finca en Tejahuasi y caminatas en las huertas / conociendo el lugar y tiempo para descansar	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida vegetariana	Trevor Hirsche
*3 pernотación	Tercera pernотación en Tejahuasi / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Trevor Hirsche
Por la mañana	Caminatas (sin guía) y tiempo libre en Tejahuasi, retorno individual a Sucre con transporte público / tiempo libre para descansar	-

Hidden Gems
cultural encounter

part of finca.

• info@fincatrailand.com

• www.finca-trail.com

Highlights

- 1st visit to the Finca
- 1st visit to the Finca
- 1st visit to the Finca

Destination of the tour

1. **Finca**

2. **Tarabuco**

3. **Yungas**

4. **Yungas**

5. **Yungas**

6. **Yungas**

7. **Yungas**

8. **Yungas**

9. **Yungas**

10. **Yungas**

11. **Yungas**

12. **Yungas**

13. **Yungas**

14. **Yungas**

15. **Yungas**

16. **Yungas**

17. **Yungas**

18. **Yungas**

19. **Yungas**

20. **Yungas**

21. **Yungas**

22. **Yungas**

23. **Yungas**

24. **Yungas**

25. **Yungas**

26. **Yungas**

27. **Yungas**

28. **Yungas**

29. **Yungas**

30. **Yungas**

31. **Yungas**

32. **Yungas**

33. **Yungas**

34. **Yungas**

35. **Yungas**

36. **Yungas**

37. **Yungas**

38. **Yungas**

39. **Yungas**

40. **Yungas**

41. **Yungas**

42. **Yungas**

43. **Yungas**

44. **Yungas**

45. **Yungas**

46. **Yungas**

47. **Yungas**

48. **Yungas**

49. **Yungas**

50. **Yungas**

51. **Yungas**

52. **Yungas**

53. **Yungas**

54. **Yungas**

55. **Yungas**

56. **Yungas**

57. **Yungas**

58. **Yungas**

59. **Yungas**

60. **Yungas**

61. **Yungas**

62. **Yungas**

63. **Yungas**

64. **Yungas**

65. **Yungas**

66. **Yungas**

67. **Yungas**

68. **Yungas**

69. **Yungas**

70. **Yungas**

71. **Yungas**

72. **Yungas**

73. **Yungas**

74. **Yungas**

75. **Yungas**

76. **Yungas**

77. **Yungas**

78. **Yungas**

79. **Yungas**

80. **Yungas**

81. **Yungas**

82. **Yungas**

83. **Yungas**

84. **Yungas**

85. **Yungas**

86. **Yungas**

87. **Yungas**

88. **Yungas**

89. **Yungas**

90. **Yungas**

91. **Yungas**

92. **Yungas**

93. **Yungas**

94. **Yungas**

95. **Yungas**

96. **Yungas**

97. **Yungas**

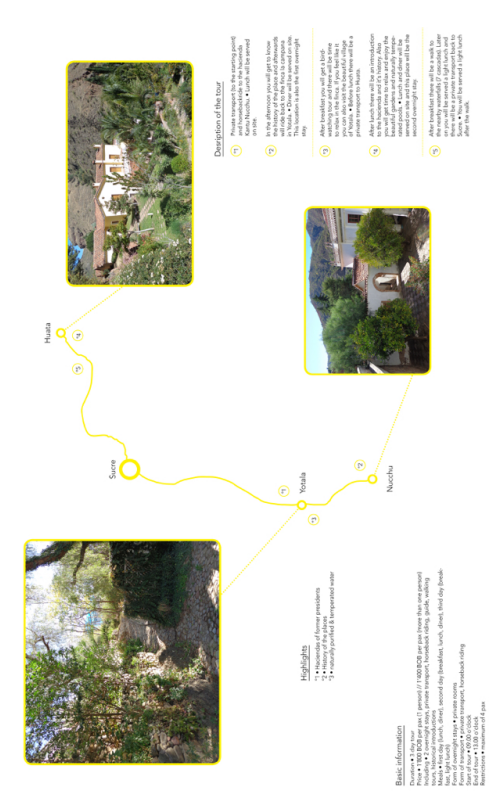
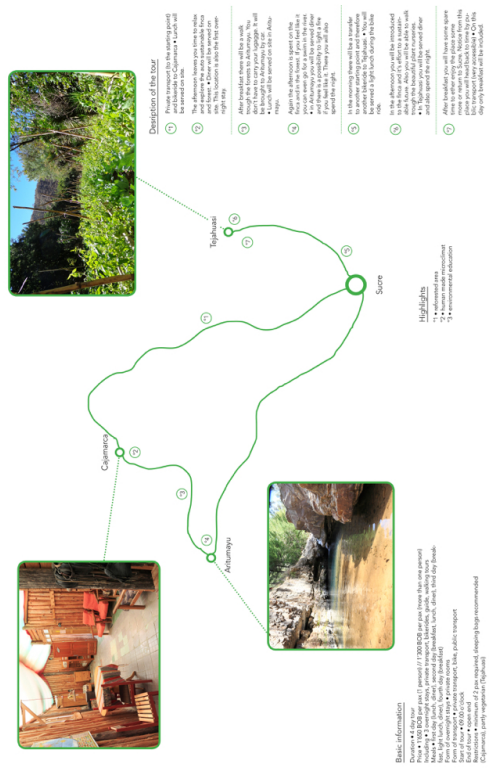
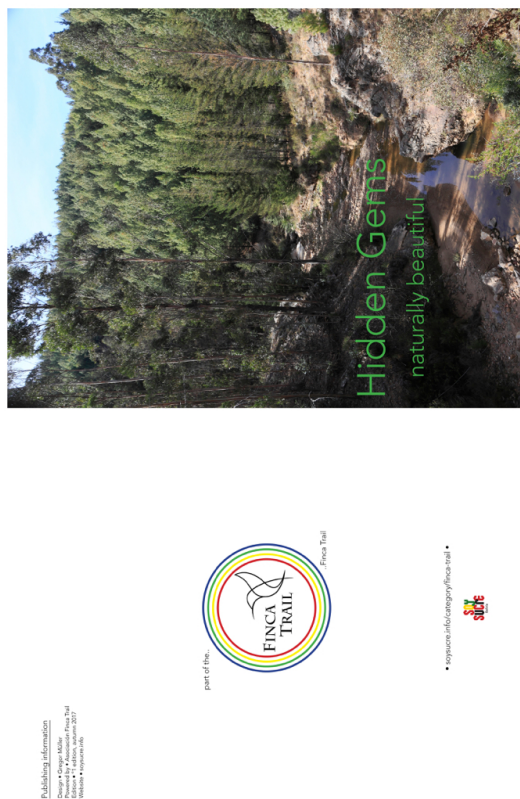
98. **Yungas**

99. **Yungas**

100. **Yungas**

4 Route (Natur und Geschichte)

Leistungsbaustein	Kurzbeschreibung und Aktivitäten	Leistungstragende
Transport nach 7 cascadas	Start in Sucre am Morgen (ca. 09:00 Uhr), Fahrt mit Privattransport nach 7 cascadas (Wasserfälle)	Paola Villaroel
Vormittagsprogramm	Besichtigung der 7 cascadas (Wasserfälle) / Entdecken der Umgebung und Genießen der Landschaft	Paola Villaroel
Mittagessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	Paola Villaroel
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der geschichtsträchtigen Finca und Zeit zum Verweilen / Entdecken der Geschichte Boliviens und der Finca, Zeit zum Verweilen	Paola Villaroel
Abendessen	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
*1 Übernachtung	Erste Übernachtung in der Finca in Huata / Zeit zum Verweilen und Reflektieren	-
Frühstück	In der Finca in Huata (inbegriffen in Tour)	-
Transport nach Bramadero	Fahrt nach Bramadero mit Privattransport	William Nunez
Vormittagsprogramm	Fahrt zum Aussichtspunkt (Maragua) im Privattransport und Spaziergang zurück nach Bramadero / Genießen der Landschaft und Entdecken der Natur	Don Raul
Mittagessen	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
Nachmittagsprogramm	Besichtigung der Finca und Zeit zum Spazieren auf dem Gelände / Entdecken der Finca und deren Wald, Zeit zum Verweilen	Don Raul
Abendessen	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour), lokale Speise	-
*2 Übernachtung	Zweite Übernachtung in der Finca in Bramadero (Möglichkeit zu Sternbeobachtung und Erklärung durch Don Raul) / Zeit zum Reflektieren	Don Raul
Frühstück	In der Finca in Bramadero (inbegriffen in Tour)	-
Transport nach Sucre	Fahrt mit Privattransport nach Sucre, Ende der Tour ca. 12:00 Uhr	Don Raul



Anhang °18: Entscheidungsgrundlage und Umsetzungsempfehlung (Spanisch)



«Finca Trail»

base de decisión y
consejos de aplicación



De
Gregor Müller
Licenciatura del Medio Ambiente 2017
Especialización en Turismo y Naturaleza
Fecha de creación: °1 de agosto 2017

Realizado a favor de:
Marco Birchler y Nico Koehorst

Índice

Introducción	
Situación actual	
Alrededor de la ciudad de Sucre existen varias fincas que están preparadas para recibir turistas. Cada finca tiene diferentes actividades como historia, cultura y naturaleza. El problema de las Fincas es que no tienen mucha concurrencia de turistas por falta de promoción en general. De ahí surge la idea del proyecto «Finca Trail» de Nico Koehorst y Marco Birchler. El proyecto propone conectar las Fincas y así tener la posibilidad de promocionarlas en conjunto y aumentar el flujo turístico a las mismas.	
Efecto	
El efecto del proyecto es mostrar las Fincas que existen en los alrededores de la ciudad de Sucre como lugares de descanso y recreación. Así se intensifica la popularidad de la región tanto para los turistas como para la sociedad local.	
Procedimiento	
Para concretizar este proyecto se realizaron dos pasos. Primeramente se hizo un análisis sobre la situación turística de la ciudad de Sucre y posteriormente se efectuaron algunas entrevistas en agencias locales, sobre su oferta de productos de los alrededores de la ciudad, utilizando una entrevista. Después se visitó las fincas para entrevistar a sus propietarios. También se elaboró un análisis «FODA». Después se hizo una lista de comprobación para ver la sostenibilidad de las fincas. Además se analizaron las personas que serán parte y el efecto del nuevo producto. Después de realizar los análisis se empezó con la elaboración del proyecto. Se hizo una propuesta para la Organización del «Finca Trail». También se propuso algunas rutas y se diseñó material para promocionarlas. Se dio sugerencias de precios, grupos interesados, la forma de venta y promoción del nuevo producto turístico. Además se hizo un calendario de hitos de la implementación e inversión para lanzar el proyecto.	
Idea principal	
La idea principal es crear un recorrido de varias rutas de tres o cuatro días para conectar las Fincas. Para lanzar un nuevo producto al mercado turístico sobre los alrededores de la ciudad de Sucre. Cada ruta tiene una característica particular basada en la cultura o naturaleza. La ventaja de las diferentes rutas es que atraerá a gente de distintas preferencias. Con la creación de la Organización «Finca Trail» las Fincas se podrán promocionar juntas y así el costo de la promoción se divide entre todos los participantes.	
Objetivo	
El objetivo es promocionar un nuevo producto y ofertar las Fincas de una mejor manera para tener más afluencia de visitantes y turistas. La estrategia para cumplir esa meta es organizar nuevas rutas de varios días y promocionar en internet y con agencias locales.	

Análisis

Situación turística

Según los expertos la cantidad de turistas extranjeros que visitan Sucre tiene un promedio de entre 20'000 y 40'000 por año. En general los turistas se quedan de 2 a 3 días en Sucre, pero para conocer mejor la ciudad y sus alrededores se necesitaría por lo menos una semana. A pesar del atractivo que existe en los alrededores de Sucre existen pocos productos, lugares y actividades turísticas que se ofertan. Eso nos demuestra que hay mucho potencial para un desarrollo turístico adicional.

Mercado local

Por medio de la entrevista se descubrió que solo dos agencias mencionan otras opciones para visitar los alrededores de Sucre, a parte del tour al cráter de Maragua, y son pocas las que ofrecen tours de varios días. Los precios por los tours son diferentes e imprecisos dependiendo de la ganancia de la agencia y del servicio que brindan. El precio está entre 840 Bs. y 3010 Bs. por un tour de dos días para dos personas.

Visitas a las Fincas

Se visitaron diez Fincas que resultaron puntos claves para la realización del nuevo producto, las cuales se describirán a continuación.

- °1 Las Fincas tienen diferentes temáticas, algunas se caracterizan en varios enfoques como ser la naturaleza, cultura local e historia.
- °2 Los precios por el servicio que ofrecen varían desde 30 Bs. hasta 950

- Bs. (por persona por una noche), esto depende de las actividades y el nivel de hospedaje que brindan. Una sugerencia sería unificar servicios y precios.
- °3 Cuando se planifique una nueva ruta hay que tener en cuenta que existen grupos variados, con diferentes intereses y niveles (medio ambiente, cultura, flora y fauna).
- °4 Por la distancia y la geografía entre las Fincas la mejor opción sería usar transporte privado.
- °5 La mayoría de las fincas tienen mucha experiencia en turismo, algunas más de diez años.
- °6 Todas las fincas tienen diferentes actividades adicionales que se podrían utilizar para el nuevo producto.
- °7 La capacidad de hospedaje es diferente entre las Fincas (desde 4 hasta 68 personas).
- °8 El acceso a las fincas es muy distinto, a algunas se puede llegar solo con transporte privado y a otras con transporte público o taxi.
- °9 La promoción de la mayoría de las fincas no está muy desarrollada, tendrían que mejorar diferentes aspectos desde el inicio. También es necesario hacer uso más efectivo de las nuevas tecnologías como el internet.
- °10 Todos los dueños de las fincas están de acuerdo en trabajar con un producto para mejorar el flujo turístico.



«FODA»

El siguiente gráfico muestra el análisis «FODA». El resultado que obtuvimos demuestra que una de las fortalezas es que las fincas están preparadas para realizar un nuevo producto en la región. También se pudo ver que una debilidad es el insuficiente desarrollo del uso del internet en la oferta y la promoción. Dentro de las oportunidades claves están: los pocos productos turísticos ofertados en los alrededores y el crecimiento del turismo medio ambiental y cultural en el mundo. Una amenaza es la dependencia en la venta del nuevo producto con las agencias locales y la falta de comunicación con las comunidades locales.

Fortalezas	Debilidades
Las fincas están preparadas en funcionamiento para el servicio al turista	Falta de promoción eficiente de las fincas
Hay un medio ambiente intacto y cultura auténtica	El estándar de las fincas y los servicios que brindan son muy amplios
La mayoría tiene mucha experiencia en turismo	Insuficiente desarrollo de publicidad en el mundo digital
Oportunidades	Amenazas
No hay muchas ofertas turísticas de los alrededores de Sucre	Dependencia en la venta del nuevo producto con las agencias locales
El crecimiento del turismo medio ambiental y cultural en el mundo	Falta de comunicación con las comunidades locales
El proyecto también está enfocado para personas del grupo «50+» (gente con mayor edad y una buena situación económica)	El corto tiempo que planean los turistas para la visita de Sucre y sus alrededores

Revisión de la Sostenibilidad

La revisión sobre la Sostenibilidad fue desarrollada en las visitas a las fincas, en las cuales se demuestra que tienen una sostenibilidad bastante alta. El nuevo producto podría ser beneficioso para muchas fincas, si todos ponen esfuerzo y trabajan bajo las reglas de sostenibilidad. Para que el nuevo producto turístico pueda funcionar, sería importante formar alguna Organización, para que la misma se encargue de la promoción y la implementación de varios manuales, como por ejemplo: medio ambiente, sostenibilidad, trabajo con las comunidades locales etc. Asimismo sería bueno si las fincas venderían mas productos locales y de acuerdo a sus posibilidades hagan uso de energías renovables.

Interés e Influencia

En el análisis de interés e influencia se anotan entidades y circunstancias que formaran parte en este proyecto: en la gráfica a la derecha se puede ver que las personas más importantes (*1,*2) son los participantes del «Finca Trail», porque ellos están en el cuadro arriba a la derecha que muestra alta influencia e interés. También es interesante que la posible competencia (*7) no tiene mucha influencia, porque al no contar con la infraestructura necesaria no pueden lanzar un producto similar.

El efecto del producto

El análisis del efecto muestra que, con el nuevo producto funcionando, las fincas y los alrededores de Sucre serán mas conocidos. De aquí a un largo plazo se podrá cumplir el objetivo de tener más afluencia turística en las fincas y en el turismo nacional. En el siguiente gráfico se muestra el efecto paso a paso.

Input (Bienes)	Output (Rendimiento)	Outcomes (Efecto para el grupo interesado)	Impact (Efecto para la sociedad)
- Las Fincas (hospedaje) - Medios de transporte - Lugares bien cuidados - Tours guiados - Publicidad - Trabajo conjunto - Conexión entre fincas	La posibilidad para los visitantes de descubrir varias de las fincas juntos alrededor de Sucre. Esto por las nuevas conexiones y las sinergias entre las fincas.	Se puede visitar las diferentes fincas en un tour de varios días, así se muestra al turista y a la sociedad local la belleza y la particularidad de las fincas y los alrededores de Sucre.	Las fincas conjuntas y los alrededores de Sucre son mas conocidos como lugares de relajación y destinos turísticos para los turistas y la sociedad local.



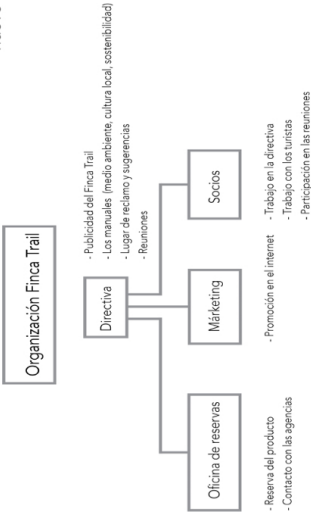
El nuevo Producto

Grupos destinatarios

El nuevo producto está pensado para parejas y grupos pequeños (máximo de seis personas). Más de la mitad de los turistas extranjeros que visitan Bolivia están entre 20 y 39 años y por eso se realizaron con este enfoque las rutas elaboradas. También los viajeros extranjeros en Bolivia tienen un particular interés en la naturaleza y cultura, con esta base las rutas se dedican principalmente a los dos temas. Además se debe tomar en cuenta que la mayoría de los turistas cuentan con un presupuesto de 80 dólares (\$us) por día en promedio. Todo eso se de acuerdo al diagnóstico realizado por Martina Weber (alumna de la ZHAW). Las rutas también están pensadas para el grupo de los «DINKS» (parejas con doble sueldo y sin niños) que les interesa mucho el deporte. Por eso hay muchas actividades físicas en las rutas. Otro grupo importante sería los «50+» (gente con mayor edad y una buena situación económica) porque día a día más personas forman parte de este grupo. Las rutas les puede gustar por la afición que tienen a la naturaleza. Estas rutas no están dirigidas al turismo nacional por falta de información precisa sobre sus intereses. Pero hay que tomar en cuenta que este mercado en el futuro va a ser importante. Debido a que el nivel de educación ambiental está creciendo en el mundo, la demanda de actividades en la naturaleza está ascendiendo. Lo ideal sería que el turismo nacional sea también un fuerte mercado para no depender tanto del mercado internacional.

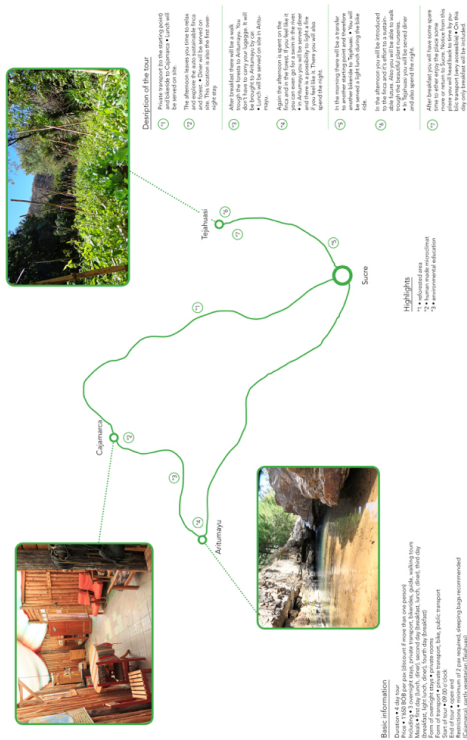
La Organización

De acuerdo a la revisión de sostenibilidad se pudo observar que sería aconsejable crear alguna Organización para avanzar con el proyecto «Finca Trail». Porque eso ayudaría a la promoción y socialización del proyecto. El siguiente gráfico muestra el mapa conceptual de jerarquías y cuales serían las funciones principales de cada cargo. La directiva se encargaría de la comunicación y promoción de «Finca Trail» y de realizar los manuales de sostenibilidad y medio ambiente. Sería necesario trabajar en conjunto con solo una agencia de viaje para las reservas y tener también un puesto del marketing que se encargue de la promoción y del internet. Dicha organización sería financiada por los ingresos de las ventas del nuevo producto.



Descripción corta de las rutas iniciales

Para el «Finca Trail» se propuso cuatro rutas iniciales orientadas al turismo natural y cultural. En la siguiente imagen se puede observar un ejemplo de las rutas. Las demás se puede encontrar en anexos. Además de los trípticos de promoción de las rutas se diseñó una hoja informativa para cada finca. Las hojas informativas ayudarán a organizar la visita propia a cada finca.



Ruta 01

La primera ruta está orientada a un encuentro con la cultura local. El tour es de 3 días y 2 noches. El primer día se visita la comunidad de Jatun Yampara, ahí duermen la primera noche.

El segundo día se hace un recorrido del mercado de Tarabuco, luego se hace una caminata hacia Picili donde se pernocta la segunda noche. El último día tienen una caminata hacia Tarabuco donde un transporte privado les trae de vuelta a Sucre. Esta ruta funciona solamente durante los fines de semana porque la idea principal es la visita al mercado de Tarabuco. La misma está organizada en conjunto por «Turismo Sucre» y «Condor Trekkers».

Ruta 02

La segunda ruta se enfoca en la naturaleza y en la actividad física y es de 4 días y 3 noches. El primer día se hace un tour en bicicleta hasta la Finca de Cajamarca, ahí tendrán un tiempo para descansar, conocer el lugar, su ecología y dormir la primera noche. El segundo día se hará una caminata a Artumayu, donde podrán conocer el bosque reforestado y encontrarse con la naturaleza, allí se quedarán a dormir la segunda noche. El tercer día empieza con un tour de bicicleta hasta Tejahuasi. En Tejahuasi se visita las huertas y se puede disfrutar del río. Ahí se quedan a dormir. El último día se puede disfrutar del paisaje y realizar actividades libres en el valle. Por último el turista retorna en transporte público hasta Sucre. Esa ruta está organizada por los dueños de las fincas y William Nuñez de la empresa de transporte.

Ruta 03

Esta ruta está dentro del contexto de la historia de Bolivia. La ruta es de 3 días y 2 noches, empieza en Yotala a la manera antigua con una cabalgata hacia la hacienda Kantu Nucchu, descubriendo su pasado histórico. Por la tarde los turistas vuelven a Yotala donde se quedarán a dormir, en la finca «la campana». El segundo día empieza con una observación de aves en la finca, después se van en transporte privado hacia la antigua hacienda presidencial de Huata. Se hace una visita a la finca, se toma un descanso, se disfruta de sus piscinas y jardines para pasar la noche ahí. El próximo día se hace una caminata hacia las 7 cascadas. De allí retornan en transporte privado a Sucre. La ruta está organizada por los dueños de las fincas, William Nuñez y Julio Uriarte de la empresa de cabalgatas.

Ruta 04

La última ruta es una mezcla de naturaleza e historia de Bolivia. La ruta es de 3 días y 2 noches, el primer día los turistas visitan las 7 cascadas y caminan hacia la hacienda de Huata. Por la tarde tienen tiempo libre para conocer la hacienda y su historia, donde se quedan a dormir. El segundo día les recoje un transporte privado y les lleva al mirador de Maragua. De allí caminan hacia la finca de Bramadero con su bosque privado. Por la noche se hace una observación de estrellas. El tour termina después del desayuno con el retorno en un transporte privado a Sucre. Esa ruta está organizada por las fincas y William Nuñez. Además es la ruta mas corta para turistas que no tienen mucho tiempo.

Precios y la forma de venta

En el próximo gráfico se muestran los precios estimados de las rutas por persona y se da un consejo para política de venta para cada ruta. Los precios detallados están en anexos. A partir de dos personas los precios están debajo de las 80 dólares diarios que es el gasto promedio que disponen la mayoría de los turistas. Esto quiere decir, que estas rutas encajan con sus presupuestos y ellos estarían dispuestos a pagarlo. Si el turista quiere organizar su propia ruta se propone que se pague un monto extra del 20% adicional. Hay que tomar en cuenta que en rutas individuales no se puede ir siempre en bicicleta o hacer cabalgatas, porque estas actividades no se pueden cambiar fácilmente. Se propone que la organización de la venta de estas rutas estén a cargo de una sola agencia. Debido a la capacidad y el nivel de calidad eso es necesario para ofertar las rutas profesionalmente. Sería aconsejable trabajar con la agencia «Turismo Sucre», no solo porque forma parte de «Finca Trail», sino porque tienen mucha experiencia. Por este trabajo realizado se propone pagar una comisión de 7%-10%. A otras agencias se pagará una comisión del 10% por la venta al turista. Hay que tomar en cuenta que si se realizan acuerdos con agencias todos los precios son inmodificables para evitar especulaciones.

Precios en bolivianos						
Ruta *1						
Cantidad de personas	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Precio real por persona	1'375	1'258	1'219	1'199	1'188	1'170
Precio por persona (consejo de política de venta)	1400	1'250	1'250	1'250	1'250	1'250
Ruta *2						
Cantidad de personas	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Precio real por persona	1'650	1'299	1'260	1'199	1'182	1'143
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'650	1'300	1'300	1'300	1'300	1'300
Ruta *3						
Cantidad de personas	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.		
Precio real por persona	1'790	1'398	1'281	1'252		
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'800	1'420	1'400	1'400		
Ruta *4						
Cantidad de personas	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Precio real por persona	1'007	908	888	879	872	869
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'000	900	900	900	900	900

Promoción virtual y física

Según los expertos de turismo Danielli y Sonderegger hoy en día el internet es la fuente de información más poderosa para los viajeros, se estima que va a ir creciendo aún mas. Por esto es muy importante que «Finca Trail» sea promocionado por este medio. Se propone que las rutas formen parte de la plataforma «soysucre.info» a cargo de Marco Birchler. Ahí el debería publicitar el nuevo producto turístico en general. Cada Finca que quiera ser parte y promocionarse a través de este portal tendrá que decidir por su propia cuenta. También se recomienda que todas las fincas estén registradas en «tripadvisor.com» y «google.com/maps». Estos sitios les ayudaran a ver los comentarios de los clientes, encontrar la ubicación y además son gratis. En el mercado local se propone que trabajen con las agencias de Sucre que muestren interés en vender el producto. Se sugiere trabajar por lo menos con una agencia de La Paz, Santa Cruz y Uyuni para promocionar la oferta a nivel nacional.

Cronograma

Para iniciar el proyecto se hizo un cronograma de actividades que se puede observar en detalle en el siguiente gráfico. Se propone cinco pasos fundamentales para llegar al nuevo producto, los cuales se realizan dentro de cuatro meses para que el producto esté en el mercado a finales del presente año.

N°	Actividad	Agosto 2017	Septiembre 2017	Octubre - Diciembre 2017
*1	Presentación del proyecto	Fin de agosto		
*2	Decisión sobre la iniciación			
*3	Fundación de la organización			
*4	Firma de contratos con las agencias y publicación en internet			
*5	Presentación del producto a las agencias y periódicos			Fin Diciembre

Evento clave = (●)

Gastos del proyecto

En el siguiente gráfico se puede ver los gastos para iniciar la organización «Finca Trail» y también los gastos operativos para cada año. Para iniciar el producto se propone que cada socio tenga que pagar un monto de alrededor de 400 Bs para ser parte del grupo «Finca Trail». Además se propone que una vez que el producto esté en función se usa el 3% de los ingresos del nuevo producto de las rutas para pagar los gastos operativos de cada año.

Gastos estimados del proyecto		Total Bs.	4'000.-
Fundación de la Organización (Planificación y organización)	Bs.	300.-	
Elaboración de material de promoción	Bs.	Contribución del estudiante	
Impresión de material de promoción (10'000 unidades)	Bs.	1'500.-	
Promoción en el internet (soysucre.info, tripadvisor.com)	Bs.	Contribución de la casa de turismo	
Inscripción de «Finca Trail» a Senapi por derechos reservados	Bs.	1'000.-	
Recuerdos del «Finca Trail» (80 unidades, llaveros o imanes)	Bs.	800.-	
Reserva para gastos inesperados 10%	Bs.	400.-	
Gastos estimados operativos para cada año		Total Bs.	2'000.-
Promoción (Impresión e material, recuerdos, propaganda)	Bs.	1'500.-	
Reserva para gastos inesperados	Bs.	500.-	
Financiamiento del proyecto		Total Bs.	4'000.-
Organización «Finca Trail» (pertencia cada socio 400 Bs.)	Bs.	4'000.-	
Financiamiento de los gastos operativos		Total Bs.	2'000.-
Organización «Finca Trail» (el 3% de los ingresos del nuevo producto)	Bs.	2'000.-	

Conclusión

Seguendo el análisis y la elaboración del producto se puede ver que es un proyecto hecho con dedicación y mucho potencial, que podría tener éxito en el mercado local. Con la colaboración de los dueños de las fincas y gracias a los análisis en el mercado local, es probable que resulte un crecimiento turístico sólido en los alrededores de Sucre. La creación del producto fue hecha minuciosamente con la realización de visitas, entrevistas y análisis. Es por eso que muy propiamente no se ha olvidado ningún aspecto necesario.

Finalmente terminamos diciendo que de acuerdo a la revisión de la sostenibilidad, las fincas están en buen camino. Pero con un poco más de esfuerzo hacia la sostenibilidad y la comunicación de la misma, el producto podría beneficiar bastante y esto también corresponde completamente con el movimiento mundial de nuestro siglo.

Competencia y contacto

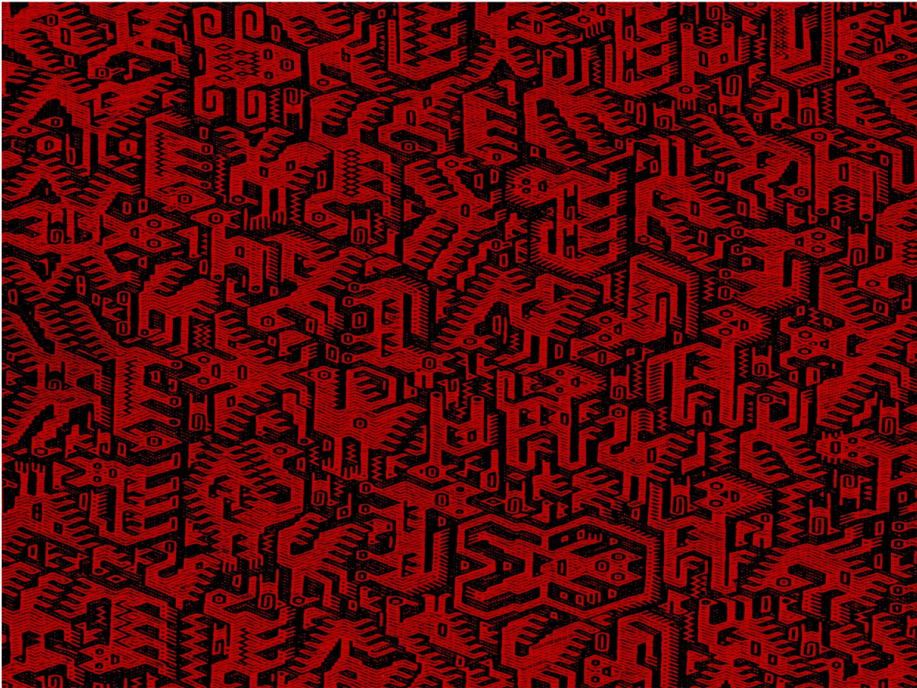
Este informe fue hecho por Gregor Müller estudiante de la carrera de Medio Ambiente de la universidad ZHAW de Wädenswil en Suiza. La especialización de la carrera está enfocada en turismo, naturaleza y educación. Se podría decir que, por la especialización de la carrera soy la persona adecuada para realizar este tipo de trabajos. Si les sirve el informe y tienen alguna sugerencia sobre otro trabajo estoy a su disposición.

Si tienen consultas o requieren colaboración para otro proyecto, me escriben a la siguiente dirección.

- Gregor Müller
- Aegeristrasse 120
- 6300 Zug
- CH – Suiza
- muelgre@students.zhaw.ch

Anexos

Precio de la ruta *1 (cultura)						
Precios en bolivianos, incl. = esta incluido en el precio del hospedaje, (-) = no hay costo extra						
Parte del programa	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Ida a Jatun Yampara	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Almuerzo	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la tarde	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Cena	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
*1 pernотación	925	1850	2775	3700	4625	5500
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Transporte a Tarabuco	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Programa por la tarde	-	-	-	-	-	-
Cena	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
*2 pernотación	50	100	150	200	250	300
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Retorno a Sucre	200	200	200	200	200	200
Subtotal	1175	2150	3125	4100	5075	6000
Tarifa de la oficina de reservas (7% (organización)	82	151	219	287	355	420
Tarifa de las agencias (10%) (venta)	118	215	313	410	508	600
Precio total	1375	2515	3657	4797	5938	7020
Precio real por persona	1375	1258	1219	1199	1188	1170
Precio por persona (consejo de política de venta)	1400	1200	1200	1200	1200	1200



Precio de la ruta *2 (naturaleza)

Precios en bolivianos, incl. = esta incluido en el precio de la hospedaje, (-) = no hay costo extra

Parte del programa	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Transporte y tour de bicicleta	250	500	750	1'000	1'250	1'500
Almuerzo	40	80	120	160	200	240
Programa por la tarde	-	-	-	-	-	-
Cena	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
*1 pernотación	400	400	400	400	400	400
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Almuerzo	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la tarde	-	-	-	-	-	-
Cena	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
*2 pernотación	230	460	690	920	1'150	1'380
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Transporte y tour de bicicleta	270	540	810	1'080	1'350	1'620
Almuerzo	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la tarde	-	-	-	-	-	-
Cena	20	40	60	80	100	120
*3 pernотación	200	200	400	400	600	600
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Precio parcial	1'410	2'220	3'230	4'040	5'050	5'860
Tarifa de la oficina de reservas (7%)	99	155	226	283	354	410
Tarifa de la agencia (10%)	141	222	323	404	505	586
Precio total	1'650	2'597	3'779	4'727	5'909	6'856
Precio real por persona	1'650	1'299	1'260	1'199	1'182	1'143
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'650	1'250	1'250	1'250	1'250	1'250

Precio de la ruta *3 (historia)

Precio en bolivianos, incl. = esta incluido en el precio de la hospedaje,

(-) = no hay costo extra, 4 personas máximo

Parte del programa	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.
Ida a Yotala	70	70	70	70
Programa por la mañana	350	700	1050	1400
Almuerzo	35	70	105	140
Programa por la tarde	incl.	incl.	incl.	incl.
Cena	35	70	105	140
*1 pernотación	100	200	300	400
Desayuno	30	60	90	120
Programa por la mañana	-	-	-	-
Transporte a Huata	230	230	230	230
Almuerzo	70	140	210	280
Programa por la tarde	-	-	-	-
Cena	40	80	120	160
*2 pernотación	245	420	630	840
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la mañana	25	50	75	100
Retorno a Sucre	300	300	300	300
Precio parcial	1'530	2'390	3'285	4'280
Tarifa de la oficina de reservas (7%)	107	167	230	300
Tarifa de la agencia (10%)	153	239	329	428
Precio total	1'790	2'796	3'844	5'008
Precio real por persona	1'790	1'398	1'281	1'252
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'800	1'400	1'400	1'400

Precio de la ruta 4 (naturaleza y historia)

Precios en bolivianos, incl. = esta incluido en el precio de la hospedaje, (-) = no hay costo extra

Parte del programa	1 persona	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 pers.	6 pers.
Ida a Huata	100	100	100	100	100	100
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Almuerzo	70	140	210	280	350	420
Programa por la tarde	-	-	-	-	-	-
Cena	40	80	120	160	200	240
*1 pernотación	245	420	630	840	1'050	1'260
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Transporte a Bramadero	21	42	63	84	105	126
Programa por la mañana	-	-	-	-	-	-
Almuerzo	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Programa por la tarde	35	70	105	140	175	210
Cena	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
*2 pernотación	350	700	1'050	1'400	1'750	2'100
Desayuno	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Retorno a Sucre	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.	incl.
Precio parcial	861	1'552	2'278	3'004	3'730	4'456
Tarifa de la oficina de reservas (7%)	60	109	159	210	261	312
Tarifa de la agencia (10%)	86	155	228	300	373	446
Precio total	1'007	1'816	2'665	3'514	4'364	5'214
Precio real por persona	1'007	908	888	879	872	869
Precio por persona (consejo de política de venta)	1'000	900	900	900	900	900

*1 ruta (cultura)

Programa	Descripción y actividades	Encargado
Ida a Jatun Yampara	De Sucre hrs. 09:00, en transporte privado hacia Jatun Yampara	TurSucre
Por la mañana	Visita al pueblo (capilla, chichería, museo de medicina natural) y ropa tradicional, llamas/ conociendo y tiempo para pasear	TurSucre
Almuerzo	En el restaurante del pueblo (incluido), comida local	TurSucre
Por la tarde	Transporte privado a Yamparaz, caminata hacia el mirador / disfrutar el paisaje	TurSucre
Vuelta a Jatun Yampara	Transporte privado	TurSucre
Cena	En el restaurante del pueblo (incluido), comida local	TurSucre
*1 pernотación	Primera pernотación en Jatun Yampara / tiempo libre	TurSucre
Desayuno	En el restaurante del pueblo (incluido)	TurSucre
Transporte a Tarabuco	Transporte privado hacia Tarabuco, cambio de coche y guía (condor trekkers)	TurSucre / Condor Trekkers
Por la mañana	Visita al mercado de Tarabuco y conocer la cultura local (con guía) / tiempo para conocer y disfrutar	Condor Trekkers
Almuerzo	En Tarabuco por su propia cuenta	-
Por la tarde	Caminata a Picili (por la misma ruta de la gente del lugar) / disfrutar al paisaje y tiempo para reflexionar	Condor Trekkers
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida vegetariana	Condor Trekkers
*2 pernотación	Segunda pernотación en Picili / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca (incluido)	Condor Trekkers
Por la mañana	Caminata a Tarabuco (otra ruta)	Condor Trekkers
Almuerzo	En Tarabuco por su propia cuenta	-
Retorno	Transporte privado a Sucre, fin del tour hrs. 16:00	Condor Trekkers

°3 ruta (historia)

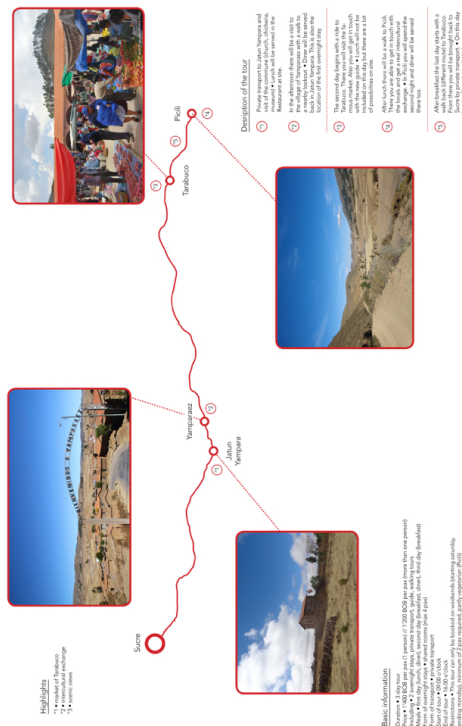
Programa	Descripción y actividades	Encargado
Ida a Yotala	De Sucre hrs. 09:00, en transporte privado hacia Yotala	Julio Uriarte
Por la mañana	Cabalgata a Kantu Nucchu / disfrutar al paisaje	Julio Uriarte
Almuerzo	En la finca en Kantu Nucchu (incluido)	Patricio Marion
Por la tarde	Vista a la finca y regreso a Yotala en caballo / conociendo la historia de bolivia y tiempo para pasear	Patricio Marion / Julio Uriarte
Abandeseen	En la finca la campana (incluido)	Nico Koehorst
*1 pernottación	Primera pernottación en la campana / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca la campana (incluido)	Nico Koehorst
Por la mañana	Observación de aves y tiempo libre en la finca / tiempo libre para descubrir	Nico Koehorst
Transporte a Huata	Transporte privado	William Nunez
Mitagesen	En la finca (incluido)	-
Por la tarde	Vista a la finca y tiempo libre para caminatas en el jardín / conociendo la historia de la finca y tiempo para conocer	Paola Villaroel
Cena	En la finca (incluido), comida local	-
*2 pernottación	Segunda pernottación en Huata / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca (incluido)	-
Por la mañana	Caminata hacia 7 cascadas, merienda en el camino (incluido)	Paola Villaroel
Retorno	Transporte privado a Sucre, fin del tour hrs. 13:00	William Nunez

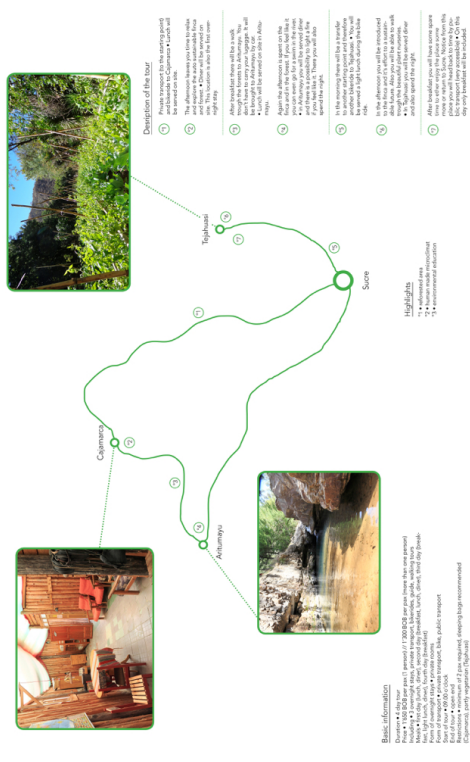
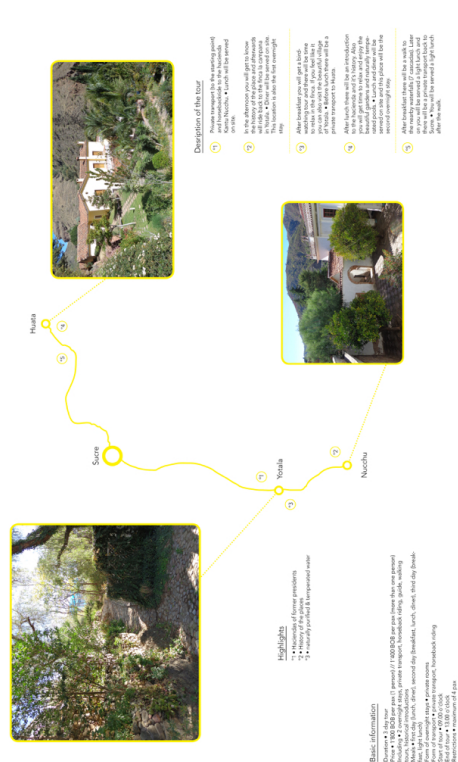
°2 ruta (naturaleza)

Programa	Descripción y actividades	Encargado
Transporte y tour de bicicleta	De Sucre hrs. 09:00, en transporte privado hacia el punto de cambio (alue- na de Sucre), tour en bicicleta hacia Cajamarca	William Nunez
Almuerzo	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida local	Anselmo Ari (Cajam- arca)
Por la tarde	Conociendo la finca en Cajamarca y caminata hacia el río / tiempo para conocer y descubrir	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida local	Anselmo Ari (Cajam- arca)
*1 pernottación	Primera pernottación en Cajamarca / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	-
Por la mañana	Caminata hacia Arimayyu, la equipaje está llevado por el personal de Cajamarca / descubriendo la naturaleza	Anselmo Ari
Almuerzo	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
Por la tarde	Tiempo libre para conocer Arimayyu, caminatas en el bosque y al lado del río / conocer y disfrutar	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
*2 pernottación	Segunda pernottación en Arimayyu, con fogatas por la noche / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Veronica Andrade
Transporte y tour de bicicleta	De Arimayyu hrs. 10:00, en transporte privado hacia el punto de cambio (fuera de Sucre), tour en bicicleta hacia Tejahuasi	William Nunez
Almuerzo	Merienda durante el tour de bicicleta	William Nunez
Por la tarde	Conociendo a la finca en Tejahuasi y caminatas en las huertas / conocien- do el lugar y tiempo para descansar	-
Cena	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido), comida vegetariana	Trevor Hirsche
*3 pernottación	Tercera pernottación en Tejahuasi / tiempo libre	-
Desayuno	En la finca, hecha por el personal del lugar (incluido)	Trevor Hirsche
Por la mañana	Caminatas (sin guía) y tiempo libre en Tejahuasi, retorno individual a Sucre con transporte público / tiempo libre para descansar	-

°4 ruta (naturaleza y historia)

Programa	Descripción y actividades	Encargado
<p>Visita a Huata</p> <p>Por la mañana</p>	De Sure hrs. 09:00, en transporte privado hacia 7 cascadas	Paola Villaroel
	Visitar las 7 cascadas y caminata hacia Huata / conociendo y disfrutar el paisaje	Paola Villaroel
	En la finca (incluido), comida local	Paola Villaroel
	Visita a la finca y tiempo libre para caminatas en el jardín / conociendo la historia de la finca y tiempo para conocer	Paola Villaroel
<p>Cena</p> <p>1^{ra} pernatación</p> <p>Desayuno</p> <p>Por la mañana</p>	En la finca en Huata (incluido), comida local	-
	Primera pernatación en Huata / tiempo libre	-
	En la finca en Huata (incluido)	-
	Transporte privado hacia el mirador de Maragua y caminata a Bramadero / disfrutar el paisaje y conociendo el lugar	William Nunez
<p>Almuerzo</p> <p>Por la tarde</p>	En la finca en Bramadero (incluido)	Don Raul
	Visita a la finca y caminatas en el bosque / tiempo para conocer y disfrutar	Don Raul
	En la finca en Bramadero (incluido), comida local	Don Raul
	En la finca en Bramadero (incluido)	Don Raul
<p>Cena</p> <p>2^a pernatación</p> <p>Desayuno</p> <p>Retorno</p>	Segunda pernatación en Bramadero y observación de estrellas / tiempo libre	Don Raul
	En la finca (incluido)	Don Raul
	Transporte privado a Surete, fin del tour hrs. 12:00	Don Raul
		Don Raul





[illegible]

[illegible]

Anhang °19: Plagiatserklärung



Erklärung betreffend das selbständige Verfassen einer Bachelorarbeit im Departement Life Sciences und Facility Management

Mit der Abgabe dieser Bachelorarbeit versichert der/die Studierende, dass er/sie die Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst hat.

Der/die unterzeichnende Studierende erklärt, dass alle verwendeten Quellen (auch Internetseiten) im Text oder Anhang korrekt ausgewiesen sind, d.h. dass die Bachelorarbeit keine Plagiate enthält, also keine Teile, die teilweise oder vollständig aus einem fremden Text oder einer fremden Arbeit unter Vorgabe der eigenen Urheberschaft bzw. ohne Quellenangabe übernommen worden sind.

Bei Verfehlungen aller Art treten Paragraph 39 und Paragraph 40 der Rahmenprüfungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften vom 29. Januar 2008 sowie die Bestimmungen der Disziplinarmaßnahmen der Hochschulordnung in Kraft.

Ort, Datum:

Zug, 11.03.17

Unterschrift:

Das Original dieses Formulars ist bei der ZHAW-Version aller abgegebenen Bachelorarbeiten im Anhang mit Original-Unterschriften und -Datum (keine Kopie) einzufügen.